

VIII.

**INFORMACIÓN
PÚBLICA**



AGENDA

Comité de Información Pública de la Conferencia

Lunes, 24 de abril de 2023, 9 a.m. – mediodía

Sala: Lugar a determinar

Coordinadora: Mary M.

Secretario: Patrick C.

Miembros del comité de Conferencia

Panel 72

Fred A.
Mary M.
Richard M.
Ben N.

Panel 73

Mary A.
Jeannie M.
Christopher M.
Jake S.
Jan V.

* coordinadora

**coordinadora suplente

- ◆ Discusión y aceptación del informe del comité de custodios.
- A. [Revisar el informe de avance sobre el Plan General de Medios de Información Pública de 2023.](#)
- B. Anuncios de Servicio Público (ASP):
 - 1. [Evaluar la información sobre distribución y seguimiento de dos ASP en video:](#)
 - i. “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor”.
 - ii. “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”.
 - 2. [Evaluar el informe de 2022 sobre la “Relevancia y utilidad de los anuncios de servicio público en video”.](#)
- C. [Revisar el informe de avance sobre el desarrollo de un pódcast de la OSG.](#)

NOTA: Acción recomendable de la Conferencia de 1989

“Que cada comité de la Conferencia considere cuidadosamente los puntos inscritos en sus agendas y que procuren presentar sus propuestas para acciones recomendables a la Conferencia al nivel de la política. A fin de lograr una mayor responsabilidad financiera, las recomendaciones hechas por los comités de la Conferencia que supongan gastos sustanciales deben incluir, como parte de la recomendación, un cálculo aproximado de los gastos, y del efecto que tendrán en el presupuesto.

- D. Evaluar el informe sobre “El desempeño de YouTube”.
- E. Evaluar el informe sobre “El desempeño de Google Ads”.
- F. Evaluar el informe sobre “El desempeño de Meeting Guide”.
- G. Evaluar el “Informe del cuarto trimestre de 2022 sobre la supervisión del sitio web de AA de la OSG por parte de la Junta de AAWS”.
- H. Evaluar el informe sobre “El sitio web, marketing y pódcast de AAGV y La Viña”.
- I. Revisar el informe sobre “Perfiles de Negocio en línea”.
- J. Revisar el informe sobre la analítica web
- K. Revisar el informe de avance sobre el proyecto de videos de jóvenes
- L. Discutir el estudio de factibilidad de la colocación paga de ASP en video en plataformas de transmisión en directo (*streaming*).
- M. Discutir sobre los folletos y materiales de Información Pública:
 - 1. Revisar el informe de avance sobre la revisión del volante “AA de un vistazo”.
 - 2. Evaluar las revisiones sugeridas al folleto “Hablando en reuniones no AA” [nuevo título sugerido en español: “Hablando en reuniones fuera de AA”].
 - 3. Revisar el informe de avance sobre la revisión del volante “AA de un vistazo”.
- N. Evaluar la solicitud de crear una nueva forma de comunicación para tratar el tema del anonimato en los medios sociales.
- O. Evaluar el informe sobre el proceso de la Encuesta de los miembros de AA de 2022
- P. Evaluar el informe de resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022
- Q. Revisar el contenido y el formato del kit y libro de trabajo de IP
- R. Considerar una solicitud para implementar una cuenta de Instagram de Alcoholics Anonymous World Services, Inc.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO A: Revisar el informe de avance sobre el Plan Integral de Medios de Información Pública de 2023.

Notas de referencia:

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité revisó y aceptó el Plan Integral de Medios de Información Pública (CMP, por su sigla en inglés) de 2022. El comité expresó su respaldo a la visión y arquitectura del plan, e informó que en esta versión se vislumbra un plan práctico y factible. El comité concuerda en que sirve como inventario de la labor y los planes en curso, como una orientación para la Oficina de Servicios Generales y la oficina del Grapevine en su labor, procesos de elaboración de presupuestos y planificación de recursos humanos, con el fin de respaldar eficazmente a los miembros de AA que llevan el mensaje a todos los que sufren de alcoholismo.

El comité brindó las siguientes sugerencias para la próxima versión del Plan Integral de Medios que se presentará al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023:

- Continuar enfocándose en la estandarización de un estilo unificado en nuestros mensajes y medios.
- Crear una sinopsis o resumen ejecutivo del Plan Integral de Medios cuando se tengan todos los detalles del documento completo.
- Ahora que tenemos un Plan Integral de Medios que detalla los múltiples canales de trabajo, el comité solicitó que los custodios se aseguren de que no perdamos el trabajo que allí se refleja y que evitemos tratar de avanzar en demasiadas direcciones y plataformas digitales a la vez.
- Considerar la creación de un video breve que refleje cómo un Plan Integral de Medios puede ser una guía de referencia útil a medida que intentamos utilizar plataformas de comunicación nuevas y existentes, respetando nuestras Tradiciones.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- **Nota del miembro del personal: El secretario, miembro del personal en la asignación de IP, cuenta con una presentación en PowerPoint que puede servir de apoyo para los temas particulares que abarca, en caso de que determinara que un video sería necesario.**
- El comité reconoció que somos una Comunidad que tiene capacidades técnicas diversas. El comité señaló la importancia de asegurarnos de que no estemos dejando atrás a nadie que tenga dificultades técnicas.
- Incluir información adicional en el Plan Integral de Medios sobre cómo Alcohólicos Anónimos puede conectarse con la comunidad profesional.
- Utilizar lenguaje de AA de manera uniforme en todo el Plan Integral de Medios, en vez de terminología de *marketing* o negocios.

El secretario miembro del personal recibió la documentación adicional referente a las actualizaciones del Plan Integral de Medios que fueron solicitadas. Uno de dichos documentos es un memorando con fecha 8 de marzo de 2022, emitido por el Departamento de Servicios de Comunicación. Otro es un memorando recibido el 13 de junio de 2022, emitido por el Comité de CCP de la Conferencia, en el que se sugiere que se continúe investigando el uso de los códigos QR.

En 2021, Morgan B., miembro de comité invitada, estuvo trabajando en el esquema y la estructura del plan completo revisado del Plan Integral de Medios. Estamos procurando que el plan de medios de comunicación para nuestras tres corporaciones, así como su contenido, los canales, el trabajo a corto plazo y las estrategias a largo plazo, sean muy claros.

Este año, habiéndolo hablado en distintas ocasiones con el coordinador del Comité de Información Pública de los custodios, se sugirió que el comité considerara establecer un subcomité para administrar las actualizaciones del Plan Integral de Medios para este año.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022.

El comité debatió la necesidad de desarrollar un Plan Integral de Medios actualizado para 2023. El coordinador definió un subcomité integrado por Morgan B. (coordinadora),

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Molly A., Al M. y David S., quienes revisarán e incorporarán las consideraciones de la revisión como se indica a continuación:

- La consideración del comité de 2021 acerca de ampliar el contenido del plan para que provea un entendimiento más amplio de los públicos objetivos dentro de AA, en relación con todos los géneros y para llegar a los miembros potenciales.
- Las actualizaciones sugeridas en el memorando emitido por el Departamento de Servicios de Comunicación en marzo de 2022.
- Las consideraciones del Comité de IP de 2022.
- La consideración del Comité de CCP de junio de 2022, en la que se sugiere continuar investigando el uso de los códigos QR.
- Una lista de los proyecto de IP en curso que serán revisados.

Al comité le fue hecha una presentación sobre el borrador de un calendario de los contenidos que serán incorporados en el Plan Integral de Medios de 2023. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de octubre de 2022.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité aprobó el informe del subcomité sobre el Plan Integral de Medios de 2023. El coordinador del subcomité dio a conocer oralmente los pormenores de la actualización del cronograma y el plan de trabajo para llevar a cabo la actualización de 2023 para el Plan Integral de Medios. Se hizo una sugerencia para garantizar que la sección de creación de contenidos del Plan Integral de Medios incluya especificaciones para la producción óptima de material para medios de comunicación, incluyendo la extensión del material audiovisual que se elabore. El comité espera contar con un informe de avance y el Plan Integral de Medios revisado en la reunión de enero de 2023.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el informe final y el Plan Integral de Medios de Información Pública (CMP, por su sigla en inglés) de 2023.

Material de referencia:

[Volver a la agenda](#)

1. [Informe final sobre el Plan Integral de Medios de 2023.](#)
2. [Plan Integral de Medios 2023 del Comité de Información Pública de los custodios.](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Informe del Comité de Información Pública de los custodios 2022-2023

Subcomité sobre el Plan Integral de Medios de 2023

28 de enero de 2023

Subcomité: Morgan B., coordinadora; Al M., Molly O., David S., y Patrick C., secretario.

En la reunión de julio de 2022 del Comité de Información Pública de los custodios, el coordinador designó a un subcomité, con los miembros arriba mencionados, para revisar y actualizar el Plan Integral de Medios [anteriormente llamado Plan General de Medios] de 2023.

El Departamento de Servicios de Comunicaciones desarrolló un calendario de contenidos. Se trata de un documento para uso interno solamente y se determinó que no era necesario incluirlo como parte del documento actual del Plan Integral de Medios en sí mismo.

Alcance: El alcance del comité se basa en lo siguiente y cada punto cuenta con una *acción emprendida para responder a la sugerencia* para informar de qué manera el subcomité lidió con ellas:

Consideración del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

- El comité revisó y aceptó el Plan Integral de Medios de Información Pública (CMP, por su sigla en inglés) de 2022. El comité expresó su respaldo a la visión y arquitectura del Plan Integral de Medios, e informó que en esta versión se vislumbra un plan práctico y factible. El comité concuerda en que sirve como inventario de la labor y los planes en curso, como una orientación para la Oficina de Servicios Generales y la oficina del Grapevine en su labor, procesos de elaboración de presupuestos y planificación de recursos humanos, con el fin de respaldar eficazmente a los miembros de AA que llevan el mensaje a todos los que sufren de alcoholismo.

El comité brindó las siguientes sugerencias para la próxima versión del Plan Integral de Medios que se presentará al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Continuar enfocándose en la estandarización de un estilo unificado en nuestros mensajes y medios.

Acción emprendida para responder a la sugerencia: La sección “Análisis de AAWS” del Plan Integral de Medios de 2023 ahora incluye al sitio web de AAWS y ha fijado un estándar mejorado y uniforme para la marca visual, con el cual estamos trabajando para integrarlo en todas nuestras plataformas de comunicaciones y materiales de comunicación, incluyendo los medios sociales y publicaciones digitales. La OSG ha desarrollado una guía de estilo interna que contiene las versiones actuales de nuestros logos, colores, tipos de fuentes y otros elementos de marca para su uso en la oficina, con el fin de mejorar la uniformidad de la marca en todos nuestros materiales.

- Crear una sinopsis o resumen ejecutivo del Plan Integral de Medios cuando se tengan todos los detalles del documento completo.

Acción emprendida para responder a la sugerencia: El subcomité del Plan Integral de Medios de 2023 evaluó varios formatos para la creación de una sinopsis o resumen ejecutivo para la portada y decidió enfocarse más en el contenido de cada sección de actualización en todo el Plan Integral de 2023 para brindar mayor claridad al plan y continuidad a la forma en que se está presentando la información. Los párrafos iniciales y finales del Plan Integral de Medios de 2023 están pensados para dar una visión general y un pantallazo de las acciones planificadas a continuación.

- Ahora que tenemos un Plan Integral de Medios que detalla los múltiples canales de trabajo, el comité solicitó que los custodios se aseguren de que no perdamos el trabajo que allí se refleja y que evitemos tratar de avanzar en demasiadas direcciones y plataformas digitales a la vez.

Acción emprendida para responder a la sugerencia: El subcomité del Plan Integral de Medios de 2023 habló sobre el hecho de que los proyectos de trabajo y canales de comunicaciones en los cuales la OSG y la oficina del GV están enfocados son impulsados y guiados por la Comunidad por medio de los procesos de la Conferencia y de los comités.

- Considerar la creación de un video breve que refleje cómo un Plan Integral de Medios puede ser una guía de referencia útil a medida que intentamos utilizar plataformas de comunicación nuevas y existentes, respetando nuestras Tradiciones.

Acción emprendida para responder a la sugerencia: El subcomité del Plan Integral de Medios de 2023 discutió la necesidad de un video de ese tipo y decidió enfocarse más

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

en el contenido de cada sección de actualización en todo el Plan Integral de 2023 para brindar mayor claridad al plan y continuidad a la forma en que se está presentando la información. Algo que señalar fue que un área local llevó a cabo cuatro mesas de trabajo virtuales con el objetivo de “develar el misterio sobre el Plan Integral de Medios”. Se incluyó a varios miembros del Comité de IP de los custodios, así como al secretario miembro del personal y otros miembros del personal de la OSG en los paneles de presentación y discusión.

- El comité reconoció que somos una Comunidad que tiene capacidades técnicas diversas. El comité señaló la importancia de asegurarnos de que no estemos dejando atrás a nadie que tenga dificultades técnicas.

Acción emprendida para responder a la sugerencia: La “Página inicial” del Plan Integral de Medios de 2023 ahora incluye: a medida que continuamos haciendo que nuestro mensaje esté disponible en formatos y canales tradicionales y nuevos, que es siempre importante mantenernos fieles a quiénes somos y qué hacemos.

- Incluir información adicional en el Plan Integral de Medios sobre cómo Alcohólicos Anónimos puede conectarse con la comunidad profesional.

Acción emprendida para responder a la sugerencia: El Plan Integral de Medios de 2023 “está trabajando en la difusión a los profesionales” del siguiente modo: Actualmente estamos llevando a cabo tres campañas de Google Search Ads: “Encuentra una reunión”, “Obtén ayuda” y “Para los profesionales”. Nuestro sitio web incluye contenido y navegación para la comunidad profesional; necesito ayuda para un paciente / miembro de mi congregación / cliente; quisiera conectarme con AA local; necesito información sobre reuniones de AA y qué tipo de medicación le puedo administrar a un miembro de AA de forma segura. Los proyectos en curso del sitio web del Grapevine incluyen crear e implementar páginas de inicio tales como “Bienvenidos, profesionales” aagrapevine.org/professionals.

- Utilizar lenguaje de AA de manera uniforme en todo el Plan Integral de Medios, en vez de terminología de *marketing* o negocios.

Acción emprendida para responder a la sugerencia: La “Introducción” y “Términos clave y definiciones” actualizados comparten que el alcohólico que aún sufre (nuestro “público objetivo”) está procurando nuestro mensaje en línea, y es necesario contar con una estrategia de visibilidad en línea para asegurarnos de que la gente nos pueda encontrar. Toda estrategia de visibilidad en línea está basada en principios y herramientas de marketing digital. Estamos utilizando el marketing no para vender nada, sino para llevar nuestro mensaje. Nuestra capacidad de llevar el mensaje exige que

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

nuestras corporaciones aprendan y se adhieran a las mejores prácticas del marketing digital, para que nuestra presencia se mantenga con los estándares más altos.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios de julio de 2022:

Plan Integral de Información Pública (CMP, en inglés): El comité discutió la necesidad de desarrollar una versión actualizada del Plan Integral de Medios para 2023. El coordinador designó a un subcomité que evaluará e incorporará las consideraciones de la revisión, de la siguiente manera:

- Consideración del comité de 2021 sobre una comprensión más profunda de los públicos objetivos dentro de AA en lo referente a todos los géneros y para llegar a miembros potenciales.

Acción emprendida para responder a la sugerencia: *La coordinadora del subcomité, el coordinador del Comité de Información Pública de los custodios y el secretario miembro del personal discutieron agregar lenguaje inclusivo al Plan Integral de Medios, pero decidieron no hacerlo este año ya que la OSG ya está trabajando para establecer lineamientos para el uso interno de lenguaje inclusivo.*

- Actualizaciones sugeridas en el memorándum del departamento de Servicios de Comunicaciones de marzo de 2022

Acción emprendida para responder a la sugerencia: *La coordinadora del subcomité incorporó estas actualizaciones sugeridas por el Departamento de Servicios de Comunicaciones en el Plan Integral de Medios de 2023. Adicionalmente, los empleados del Departamento de Comunicaciones, la OSG y el GV colaboraron con las actualizaciones a las secciones que corresponden a sus departamentos y responsabilidades laborales.*

- Consideración del Comité de CCP de junio de 2022 que sugería explorar el uso de códigos QR.

Acción emprendida para responder a la sugerencia: *El subcomité recibió un documento interno sobre las mejores prácticas en el uso de códigos QR, que está en la fase inicial de desarrollo. Actualmente no contamos con códigos QR en ninguna página general en aa.org ni en nuestras demás propiedades digitales. Los códigos QR generalmente se utilizan para anuncios específicos o acciones concretas a emprenderse, no para páginas generales en un sitio web. Actualmente no tenemos nada de ese estilo para estas páginas. Si una entidad local decide emplear códigos QR, incluso para nuestro sitio web, será responsable de crearlos y gestionarlos.*

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

¿Qué se planifica presentar en la reunión del Comité de IP de los custodios de enero de 2023 para ser reenviado al Comité de Información Pública de la Conferencia?

El Plan Integral de Medios (CMP, en inglés) de 2023.

Recomendación del subcomité:

El subcomité recomienda que el Comité de Información Pública de los custodios envíe el Plan Integral de Medios de 2023 al Comité de Información Pública de la Conferencia. Esto le permitirá a la Comunidad participar en el desarrollo y discusión de toda la labor en curso y les permitirá a los delegados a la Conferencia recopilar sugerencias y comentarios de los miembros en relación con estos esfuerzos.

##

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de los custodios
Plan Integral de Medios de Alcohólicos Anónimos

28 de enero de 2023

Este documento tiene el propósito de servir de inventario de las labores y planes cotidianos, y como guía para las oficinas de AA en su operación, procedimientos presupuestales y la planificación de sus recursos humanos, para transmitir el mensaje efectivamente a la persona alcohólica que aún sufre. En términos generales, este documento puede verse como un plan de apoyo para que los miembros de AA lleven el mensaje a todas las personas que padecen de alcoholismo. La elaboración de este documento es resultado de la estrecha colaboración entre la Junta de Servicios Generales y la Oficina de Servicios Generales y la oficina del Grapevine, y se presenta a la Comunidad por medio del proceso de la Conferencia, para comunicar eficazmente todo el trabajo cotidiano de las oficinas, y para recibir los comentarios o sugerencias de la Comunidad acerca de estas labores. La estructura y contenido del mismo evolucionarán con el tiempo, pero su aplicación seguirá siendo crítica en nuestro empeño por comunicar eficazmente al mundo nuestro mensaje de esperanza y recuperación del alcoholismo.

Mientras seguimos haciendo llegar nuestro mensaje por canales y formatos tradicionales y nuevos, siempre será importante permanecer fieles a quienes somos y lo que hacemos. Mantener la coherencia con nuestros principios e identidad es crítico a la hora de comunicar claramente nuestro mensaje de esperanza y de recuperación del alcoholismo, sea cual fuere el formato o canal mediante el cual nos comunicamos.

La comunicación regular referente a nuestro contenido para salvar vidas es de vital importancia en el coloso actual de las comunicaciones. Procuramos que nuestros anuncios de servicio público sean más visibles para el alcohólico que sufre, colocándolos en todos los lugares donde las personas consumen información. También podemos hacer que nuestra información y contenidos sean más fáciles de compartir, para apoyar a los los alcohólicos en recuperación que ya están transmitiendo el mensaje de esperanza y recuperación. Estamos llevando a cabo un esfuerzo concentrado para elaborar contenido que esté más fácilmente disponible en múltiples formatos, para que nuestra Comunidad lo comparta, a la vez que nos

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

mantenemos decididamente dentro de los principios espirituales que nos guían.

Al ir aprendiendo cómo ser más efectivos con esta información en múltiples canales — como nuestros sitios web, Instagram, YouTube, LinkedIn, la aplicación Meeting Guide, los perfiles de negocio en línea y los pódcast—, necesitaremos otorgar a nuestros empleados la flexibilidad para ensayar diferentes enfoques dentro de los principios que nos guían, y mensurar su efectividad para transmitir el mensaje. En cada experimento nuevo, querremos preguntarnos cómo determinar si este fue más efectivo para llevar el mensaje. Necesitaremos seguir preguntándonos si estamos aprovechando al máximo las fortalezas que nos ofrecen cada una de nuestras corporaciones —como nos compartió recientemente nuestro editor ejecutivo—: AAWS publica la voz colectiva de AA, y el Grapevine publica las voces recolectadas de los miembros de AA. ¿Estamos permitiendo que ambas resplandezcan tan brillantemente como podrían para transmitir el mensaje?

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Índice detallado del Plan

1. [Resumen e Introducción](#)
 - a. Introducción
 - b. Términos clave y definiciones
2. [Material audiovisual e identidad](#)
 - a. Análisis de AAWS
 - b. Análisis del Grapevine
3. [Sitio web](#)
 - a. aa.org
 - b. Sitios web del AA Grapevine
 - c. Control de listados en línea
 - d. Google Ads
 - e. Códigos QR y UTM
4. [Relaciones públicas](#)
5. [Elaboración del contenido](#)
 - a. Anuncios de servicio público en televisión
 - b. Anuncios de servicio público en la radio
 - c. Pódcast
6. [Literatura](#)
 - a. Departamento de Publicaciones de AAWS
 - b. Grapevine y La Viña
 - c. Libros y folletos
 - d. Boletines de la OSG
 - e. Literatura en entornos correccionales
7. [Redes sociales](#)
 - a. Canal de AAWS en YouTube
 - b. Canal del Grapevine en YouTube
 - c. LinkedIn para AAWS
 - d. Instagram
8. [Aplicaciones móviles](#)
 - a. Aplicación Meeting Guide
9. [Pasos siguientes del Plan Integral de Medios](#)

Sección 1: Introducción

Introducción

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El Plan Integral de Medios y su eventual implementación táctica es un asunto de interés especial para el Comité de Información Pública de los custodios. Cada año, este es remitido al Comité de Información Pública de la Conferencia para su revisión. Este documento sirve a modo de plan estratégico de comunicaciones y verificación para todo Alcohólicos Anónimos y sus marcas incorporadas. Las siguientes páginas representan las normas empresariales actuales para esbozar dichos planes y sirven de referencia para seguir avanzando año tras año. Estos documentos han sido elaborados para delinear el curso para una estrategia de comunicación y para evaluar la efectividad y los logros, así como para valorar nuevamente su efectividad conforme vayan presentándose cambios. Los principios que rigen este plan están firmemente arraigados en los Doce Pasos y en las Doce Tradiciones de Alcohólicos Anónimos.

Cada año, el Comité de Información Pública de los custodios actualizará este documento en lo que respecta a los puntos sugeridos para realizar acciones en el calendario del próximo año, así como los temas a considerar en el año siguiente. El Comité de Información Pública de los custodios comparte información acerca del plan y solicita los comentarios y sugerencias de AAWS, del AA Grapevine y de otros comités de custodios, según sea necesario.

La comunicación está en el corazón de la misión de AA para tender la mano de la recuperación del alcoholismo a cualquiera que busque ayuda. Comienza con un alcohólico que comparte su experiencia, fortaleza y esperanza con otro alcohólico. A partir de ahí, adopta otras formas: reuniones de grupo, comités de distrito, asambleas de área; toda la estructura de la Conferencia, a la que sirven tres juntas y dos corporaciones. Este “triángulo invertido” es el sendero para la estructura interna de la comunicación de AA. Este documento debe responder tanto a las necesidades de mensajería internas como a las comunicaciones externas. El contar relatos es una parte integral de la historia de AA; la base de este plan es la manera en que el mensaje de sobriedad y esperanza es llevado a los miembros, a los miembros potenciales y a las personas por ellos afectadas.

Principios clave desarrollados para la estrategia de tecnología y comunicación

- Nuestro objetivo es acercar al alcohólico que aún sufre a los recursos locales que puedan proporcionarle ayuda inmediata.
- Nuestro contenido tiene que ser inclusivo y accesible para todas las personas a quienes servimos.
- Necesitamos tener presencia donde nuestra audiencia esté buscando nuestros mensajes.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Nuestro mensaje tiene que hacer eco en cada uno de nuestros destinatarios centrales, tanto en contenido como en talante.
- Tenemos que identificar y resolver cualquier obstáculo interno innecesario, para tener mayor capacidad de respuesta y ser más ágiles.
- Proporcionar puntos de referencia uniformes y estables para miembros y colaboradores, para que puedan acceder sin problema a nuestro contenido, utilizarlo e involucrarse con él.
- Identificar oportunidades para, de la mejor forma, coordinar y compartir el contenido proveniente de IP, CCP, el AA Grapevine, las Juntas, la oficina, y entre estas mismas entidades.

Además, hablamos de que nuestro éxito en las comunicaciones y el compartimiento de contenido a futuro requerirá que encontremos soluciones que equilibren el mandato de gobernanza de nuestra Conferencia con las siguientes características de la cultura actual:

- Su afinidad por las redes sociales.
- Deseo de comunicaciones más concisas, atractivas y frecuentes.
- Preferencia por la experiencia de las aplicaciones móviles.

Los medios han sido una herramienta de difusión clave para Alcohólicos Anónimos desde nuestros comienzos. Sin embargo, durante las últimas décadas, el panorama de los medios y la tecnología ha evolucionado mucho más allá de lo que nuestros fundadores hubieran imaginado. Equilibrar nuestras tradiciones con las formas en que utilizamos la tecnología reviste una importancia crítica. Teniendo esto en cuenta, no podemos utilizar “atracción y no promoción” como una excusa para no transmitir el mensaje en línea. Es nuestra responsabilidad adaptarnos a las nuevas tecnologías y exigirnos cumplir los más altos estándares como Comunidad. Lo que nos diferencia de una empresa típica es que nuestro éxito se mide en términos de vidas salvadas y no en ganancias económicas.

El alcohólico que aún sufre (nuestro “público objetivo”) está procurando nuestro mensaje en línea, y es necesario contar con una estrategia de visibilidad en línea para asegurarnos que la gente nos pueda encontrar. Toda estrategia de visibilidad en línea está basada en principios y herramientas de *marketing* digital. Estamos utilizando el *marketing* no para vender nada, sino para llevar nuestro mensaje. Nuestra capacidad de llevar el mensaje exige que nuestras corporaciones aprendan y se adhieran a las mejores prácticas del *marketing* digital, para que nuestra presencia se mantenga con los estándares más altos.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Términos clave y definiciones

1. **Identidad de marca:** Esta sección funciona como la “voz” de nuestro mensaje. Por ejemplo, un folleto digital o en PDF podría tener una presentación distinta para los alcohólicos adolescentes de la que estaría dirigida al sector laboral o profesional. No obstante, tendría que ser de alguna manera coherente, para que refleje que procede de la misma organización.
2. **Presupuesto:** Al hacer uso de las contribuciones por Séptima Tradición debemos ser conscientes y mantenernos orientados conforme a estrategias, en congruencia con la responsabilidad fiduciaria de la Junta, cuando emprendamos proyectos.
3. **Indicadores clave de desempeño (KPI, por su sigla en inglés):** Los indicadores clave de desempeño son necesarios para demostrar que nuestros objetivos están justificados y que trabajamos adecuadamente para alcanzarlos. Los indicadores clave de desempeño son la base que permite rendir cuentas y presentar informes.
4. **Objetivo de los medios de comunicación:** Ayudar a la persona enferma de alcoholismo que está sufriendo, y proporcionar al público general información exacta sobre AA.
5. **Panorama de opciones de recuperación:** AA y las entidades ajenas a AA que proporcionan a los bebedores problema ayuda similar o complementaria, o que proporcionan el tipo de ayuda que AA *no* ofrece.
6. **Optimización de motores de búsqueda (SEO, por su acrónimo en inglés):** La optimización de motores de búsqueda es la práctica de mejorar la clasificación de un sitio web en función de los términos de búsqueda relevantes en los resultados de búsqueda orgánica de los motores de búsqueda.
7. **Público objetivo:** Quienes buscan ayuda por su problema con el alcohol y quienes tratan directamente a los alcohólicos.

Sección 2: Material audiovisual e Identidad

Esta sección abarca el aspecto y la percepción de las marcas de Alcohólicos Anónimos —incluyendo (las publicaciones de) AAWS y el Grapevine y La Viña— y la mayor parte de sus activos de comunicación en su estado actual en 2023.

Una marca es un signo, mensajes e imágenes fácilmente reconocibles que transmiten su identidad a su público objetivo. Debe estar estrechamente vinculada a la estrategia de comunicación y a la voz de la marca. La voz de la marca es la uniformidad en la

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

elección de palabras, la actitud y los valores de la misma al dirigirse al público objetivo u otros; es la manera en que la marca transmite su personalidad como tal al público externo.

Mensaje clave: Hay una solución.

Propuesta de valor: ¿Cuál es el problema del que se ocupa AA?

- La necesidad de recuperarse del alcoholismo.
- La dependencia del alcohol y una vida arruinada.

Análisis de AAWS

Mediante el nuevo sitio web de AAWS se ha establecido un estándar mejorado y coherente para la marca visual que estamos integrando en todas nuestras plataformas de comunicación y medios auxiliares, incluidas las redes sociales y las publicaciones digitales. La OSG ha desarrollado una guía de estilo propia, en la que se incluyen las versiones actuales de nuestros logotipos, colores, fuentes tipográficas y otros elementos de la marca, para su utilización dentro de la oficina, con la intención de procurar coherencia de marca en el diseño de todos nuestros artículos.

Ahora, el reto consiste en incorporar este estándar visual a nuestro material más antiguo y tradicional, incluidos los folletos y libros que no se han creado o revisado recientemente. Toda nuestra literatura se vería beneficiada si tuviéramos un calendario ya establecido para evaluar si su contenido y *aspecto* aún son exactos y siguen siendo atractivos para el público objetivo actual. Cualquier material anticuado podría entonces presentarse a la consideración de la Conferencia o de la oficina o junta correspondiente.

Tanto la literatura como los folletos representan a nuestra Comunidad; si estos se ven anticuados, irrelevantes o incluso ridículos, el público nos percibirá así. Es muy probable que un folleto sea la primera impresión que alguien tenga de nuestra Comunidad, y debemos dejar de socavar nuestra credibilidad al ofrecer material anticuado. El mantener nuestro material actualizado, atractivo, y disponible en un formato digital móvil es crucial para mejorar la percepción del público sobre AA.

Se está avanzando, pero sigue habiendo problemas que hay que resolver. La Junta de AAWS ha manifestado que ya existe un proceso para garantizar que el aspecto de los folletos se evalúe de manera habitual; pero a menudo las cubiertas de los folletos no se actualizan cuando se actualiza su contenido o cuando es necesario. También se ha

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

dicho que la actualización del diseño de las cubiertas es competencia del Departamento de Publicaciones; pero, reiteramos, aún no se hace al ritmo necesario.

Preocupaciones constantes:

- Falta de uniformidad en el aspecto del material antiguo y el nuevo.
- Visualmente, el material no combina entre sí, y ello transmite un mensaje vago.
- La redacción y el contenido de algunos folletos se actualizan cuando es necesario; pero no así las cubiertas y el diseño gráfico, lo que hace que el material parezca anticuado, a pesar de ser actual, y reduce sus oportunidades de lectura y credibilidad.
- Imágenes y diseño de mala calidad: las imágenes que vemos en las publicaciones a menudo son bastante pobres: ilustraciones preelaboradas de apariencia anticuada, fotografías de *stock*, y muchas de ellas que nada de valor añaden ni están en consonancia con el mensaje que AAWS está intentando presentar.
- Los jóvenes no pueden acceder a nuestro mensaje para salvar vidas ni identificarse con él, porque el material que se les presenta parece anticuado hasta el punto de resultar ridículo.
- El nombre y las marcas de identidad de AA son utilizadas por muchas otras entidades, lo que confunde a públicos objetivos clave y, lo que es aún más importante, a la persona alcohólica que está sufriendo.

Análisis del Grapevine

El Grapevine y La Viña tienen una mejor identidad, más moderna y clara. Sus publicaciones se reflejan entre sí de una manera más estrecha, y tienen una voz más visible. No aparecen en las búsquedas con palabras clave auxiliares, pero sí con palabras clave directas. Su coherencia en todas las plataformas es mejor que la de AAWS, y brinda una comprensión más clara de su propósito: recopilar y narrar los relatos personales de los miembros de AA que están recuperándose del alcoholismo.

El Grapevine y La Viña son uno de nuestros instrumentos más dinámicos para ayudar a los alcohólicos a hallar el camino de la recuperación. Somos narradores de historias; lo primero que nos atrae es el que un alcohólico le hable a otro. Por encima de todo, la identificación es lo que comienza el proceso de la recuperación.

Sección 3: Sitios web

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El propósito de esta sección es centrar la atención en los sitios web principales de AAWS y el AA Grapevine. Esto incluye las principales páginas de destino de los sitios, las páginas secundarias vinculadas, y las tiendas en línea en que se venden los productos de AAWS o del AA Grapevine. Estos sitios apoyan a aa.org y aagrapevine.org.

aa.org

Estatus actual

La Conferencia de Servicios Generales de 2004 recomendó que:

- La junta de AAWS siga administrando el sitio web por medio de su Comité de Tecnología, Comunicación y Servicios.
- La junta de AAWS responda a toda la correspondencia, solicitudes de cambios o solicitudes de informes relacionados con el sitio web.
- La junta de AAWS sea responsable de elaborar un informe trimestral para la revisión del Comité de Información Pública de los custodios. El informe incluirá lo siguiente:
 - Cambios en el sitio web.
 - Noticias sobre actividades del sitio web.
 - Un resumen de solicitudes o correspondencia de la Comunidad referentes al sitio web y un resumen de lo que ha hecho la junta de AAWS como respuesta a estas solicitudes o correspondencia.
- La Junta de AAWS elabore un informe anual para el Comité de Información Pública de los custodios en el que se resuma toda la información de los informes trimestrales del sitio web. Este informe, junto con los comentarios adicionales del comité de los custodios se remitirá al Comité de IP de la Conferencia para su consideración.

A finales de 2021, AAWS puso en línea el nuevo sitio web aa.org. La meta del nuevo sitio web era hacer que el sitio fuera más accesible, ágil, utilizable y moderno. El nuevo sitio web presenta a Alcohólicos Anónimos como un recurso creíble y relevante para los nuevos visitantes, y ofrece beneficios a los miembros existentes. Este incluye aún en buena medida el contenido del sitio web anterior, pero ofrece una experiencia unificada, tanto en los dispositivos móviles como en los de escritorio.

Mejoras en curso:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Búsqueda de información mejorada.
- Compatibilidad con las normas de la tecnología de asistencia (conforme a la ADA).
- Estrategia para la optimización de los motores de búsqueda (SEO, por su acrónimo en inglés) e implementación del *back-end*.
- Se ha creado un grupo de trabajo encargado de evaluar y formular recomendaciones para mejorar los informes sobre analítica y su seguimiento.

Proyectos previstos para 2023:

- Función dinámica de preguntas y respuestas frecuentes.
- Sala de prensa y noticias.
- Mejoramiento de las Reflexiones Diarias.
- Mejoras adicionales en accesibilidad, búsqueda y optimización para motores de búsqueda.

Requisitos clave y constantes del sitio web

Contenido y navegación para audiencias clave

La arquitectura de la información debe establecer la mejor ruta y el mejor contenido para cubrir las necesidades de cada grupo de usuarios. En el marco de la exploración, queremos investigar y probar el mensaje y el uso del contenido de los medios de comunicación para los segmentos primarios. Nos esforzamos por crear contenidos y experiencias de usuario de la máxima calidad para las audiencias clave que hemos definido, y por ayudarles a encontrar la información que buscan de la forma más efectiva posible.

Audiencias clave:

- Alcohólicos activos, miembros potenciales de AA que aún están enfermos y sufriendo, así como sus familiares y amigos
 - ¿Qué debo hacer para dejar de beber?
 - ¿Cómo puedo encontrar una reunión?
 - Estoy buscando ayuda para un ser querido.
 - ¿Soy alcohólico?
 - ¿Es AA para mí? ¿Podré integrarme?
- Miembros actuales de AA, dentro y fuera de la estructura de servicio
 - ¿Cómo puedo encontrar una reunión?
 - ¿Qué debo hacer para evitar una recaída?

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- ¿Cómo debe conducirse una reunión?
- ¿Dónde y cuándo habrá próximamente convenciones?
- Necesito hacer un pedido de literatura.
- Necesito información acerca de la estructura de servicio de la OSG.
- Busco oportunidades para servir.
- Comunidad de gente profesional
 - Necesito ayuda para un paciente, para un miembro de la congregación o para un cliente.
 - Me gustaría comunicarme con AA en mi localidad.
 - Necesito información acerca de las reuniones de AA.
 - ¿Qué tipo de medicamentos puedo prescribirle de manera segura a un miembro de AA?

Hemos elaborado páginas de destino para responder a las necesidades de cada público, pero estas deben mejorarse continuamente en función de los comentarios y las necesidades del usuario. La analítica web también debería desempeñar un papel clave en cómo evaluamos nuestra eficacia.

Las páginas de los folletos pueden servir como páginas de destino para los visitantes que acceden a nuestro sitio web a partir de resultados de búsquedas orgánicas o enlaces de sitios web externos; pero actualmente no ofrecen todo el beneficio posible, desde el punto de vista de la experiencia del usuario o de la optimización de los motores de búsqueda. La página web de cada folleto contiene actualmente una imagen de la cubierta, un enlace a la tienda para comprarlo, y otro a la versión PDF del folleto. Disponer del contenido del folleto en la propia página web —en lugar de hacer que el usuario haga clic para acceder al PDF— sería muy provechoso para la experiencia del usuario, al eliminar un paso entre este y la información que busca, y para la optimización de los motores de búsqueda.

La Oficina de Servicios Generales está estudiando soluciones para integrar los folletos en la página web. Además de incluir el contenido del folleto en la página web, también podríamos añadir enlaces a la bibliografía relacionada y demás información útil para el público a quien va dirigido el folleto.

Capacidades avanzadas de búsqueda

Una búsqueda tiene que ofrecer rápidamente resultados exactos y fáciles de comprender. La opción de búsqueda avanzada podría ser necesaria en algunas

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

secciones del contenido. Además, la búsqueda funciona de manera independiente para cada idioma. Todas las características de nuestro sitio web generalmente están disponibles en inglés, español y francés, para el público de los Estados Unidos, Canadá y Puerto Rico. Nosotros realizamos nuestras propias traducciones, pero este aspecto del sitio afecta el diseño general y el número de páginas.

Por el momento, seguimos resolviendo problemas de datos en el *back-end* y estamos trabajando para alcanzar nuestros objetivos de funcionalidad básica. No obstante, más adelante nos gustaría mejorar la funcionalidad de búsqueda de varias maneras:

- Mostrar resultados de búsqueda enfocados, que únicamente incluyan resultados conforme a los criterios específicos de la búsqueda; por ejemplo, el código postal, la ciudad y el estado.
- Resultados de la búsqueda que tomen en cuenta el idioma (por ejemplo, las búsquedas en español deberían priorizar en los resultados las organizaciones de habla hispana).

Poner en comunicación a los usuarios con AA en su localidad

Un propósito medular de aa.org es ayudar a los usuarios a ponerse en contacto con otros miembros y a encontrar reuniones en su localidad. El nuevo sitio aa.org no proporciona información sobre reuniones de AA; en lugar de ello, incluye, enlaces a los recursos locales para consultar dicha información. En la página Encuentre AA cerca de usted (Norteamérica) puede verse cómo estamos presentando la información: <https://www.aa.org/es/find-aa>. Esta es una de las características de aa.org que más se utiliza, y sobre la que con mayor frecuencia hay quejas.

Hace varios años, llevamos a cabo un grupo de sondeo con entidades locales, y se opusieron por inmensa mayoría a añadir la función de buscador de reuniones a aa.org. La opinión generalizada era que las personas que buscan reuniones representan una fuente importante de tráfico en línea y de exposición general para las entidades locales y los servicios que prestan en sus comunidades.

Proporcionar información precisa sobre las reuniones es una de las principales responsabilidades de los intergrupos locales, las oficinas centrales, las áreas, los distritos y los servicios de respuesta telefónica. Estas entidades también son locales y están mejor equipadas para poner en comunicación a las personas con los recursos de AA en su localidad, y muchas tienen cobertura telefónica las

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

veinticuatro horas del día para proporcionar ayuda a cualquier hora.

La función para que los miembros de AA puedan tener acceso al material de servicio

AA ofrece diversos servicios por medio de un sistema de comités locales. AAWS, Inc. le proporciona recursos a estos comités, la mayoría de los cuales están disponibles en nuestro sitio web actual en <https://www.aa.org/es/service-committees>.

Esta sección del sitio web podría mejorarse para ofrecer un mejor apoyo a las labores esenciales de los miembros del servicio, ampliando las páginas individuales de los comités para que incluyan enlaces a los contenidos digitales de su material de trabajo (de su “kit”). Actualmente, contamos con enlaces al libro de trabajo, y con una lista de los contenidos del *kit* —pero no con el contenido del *kit* en sí—. En el documento PDF se detalla el contenido del *kit* y se incluyen enlaces al contenido, pero resulta difícil para el usuario comprenderlo y navegar por él. Esto es especialmente importante, a la luz de los actuales problemas en la cadena de suministro que afectan directamente la disponibilidad de los *kits* físicos.

Presentación visual actualizada

Es necesario refinar continuamente el estilo visual del sitio, y actualizarlo, a la vez que se conserva el logotipo actual y el gráfico de las personas en color azul.

Desempeño optimizado

aa.org es un sitio web con mucho tráfico, y necesita ofrecer tiempos de respuesta de acuerdo con los estándares del sector tecnológico, tanto en los equipos de escritorio como en los dispositivos móviles. El desempeño del *back-end*, el del *front-end*; plataforma móvil *versus* de escritorio; tamaños de la capacidad de carga, y la cantidad de recursos, así como el tiempo hasta el primer byte, tienen que mantenerse continuamente y mejorarse, para cumplir con los estándares tecnológicos cada vez más demandantes.

Estructura del sitio web flexible y fácil de entender

La administración del contenido del *back-end* tiene que ser comprensible para las

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

personas con menor conocimiento técnico, pero lo suficientemente completa para mantener y actualizar todos los aspectos del sitio web de manera apropiada. El miembro del personal de AAWS puede ahora crear y editar contenidos, independientemente del desarrollador de la web.

Cumplimiento de la normativa de seguridad

Se requiere que este sitio cumpla con la normativa PCI (Payment Card Industry).

Cookies y privacidad

aa.org cumple con la legislación nacional e internacional vigente en materia de privacidad —tal y como se aplica a las organizaciones sin fines de lucro— y sigue trabajando con las partes implicadas para revisar nuestras políticas y prácticas de privacidad.

Optimización para motores de búsqueda y metadatos

- Fueron aplicados las descripciones básicas y títulos revisados a la mayoría de los recursos disponibles en inglés, español y francés, para que se correspondan con los títulos visibles en los artículos; en tanto, se sigue trabajando en la elaboración de cualesquiera contenidos faltantes.
- Utilizaremos, tan frecuentemente como sea posible, las mismas descripciones en aa.org y en la tienda en línea. Simplifica la redacción y la traducción, y ayuda en la optimización de motores de búsqueda a vincular los artículos entre plataformas.
- En 2023 se llevará a cabo una revisión de los filtros.
- Los títulos y el formato de fecha y año de todos los boletines en inglés, español y francés fueron actualizados, para que sean uniformes.
- Se elaboraron las descripciones para la mayoría de los boletines, con base en los títulos de los artículos de cada número. Aún no hay campos de entrada disponibles. Hemos comunicado este problema a nuestro proveedor.
- Se han aplicado etiquetas H1 mejoradas a muchas páginas de nivel superior. Se sigue trabajando en la redacción, revisión y traducción del resto de las etiquetas H1 de las páginas y las etiquetas alt (texto alternativo para accesibilidad) de todas las imágenes.

Traducciones

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Cualquier contenido nuevo tiene que ser traducido y añadido a las versiones en francés y español del sitio web.

Pasos siguientes para aa.org

Para avanzar, es esencial que sigamos priorizando la funcionalidad del sitio web, el contenido, la credibilidad del dominio, sus conocimientos especializados, la fiabilidad, la incorporación de videos y la optimización de los motores de búsqueda.

Cuando cualquiera, dondequiera extienda su mano pidiendo ayuda, queremos que la mano de AA esté siempre allí. Los miembros potenciales buscan ayuda en todas las plataformas en línea y motores de búsqueda, por lo que la optimización de los motores de búsqueda y la mejora de la visibilidad en línea son fundamentales. Para incrementar nuestra visibilidad, nos encontramos en el proceso de implementar un plan para optimizar de manera constante los motores de búsqueda, en relación con el sitio web aa.org.

Analítica web

Comenzamos a utilizar Google Analytics en aa.org y la aplicación Meeting Guide en 2021, juntamente con la puesta en operación de la nueva versión de aa.org. Ello puso bajo un mismo software de analítica web nuestro sitio web, la tienda en línea, la aplicación y Google Ads, permitiéndonos realizar comparativas con mayor facilidad y una planificación unificada. También hemos actualizado con éxito nuestra implementación a GA4 (Google Analytics 4), ya que Universal Analytics dejará de procesar datos después de julio de 2023. Durante la implementación de GA4 se dedicó una gran cantidad de tiempo a garantizar que nuestra implementación se ajustaba a las normas de exclusión de *cookies* y de privacidad en línea.

Se está trabajando en redefinir nuestros informes estándar para cada plataforma en línea, empezando por las siguientes recomendaciones preliminares:

- Partiendo de los cuatro públicos clave, realizar una segmentación.
- Identificar las preguntas generales sobre AA en general que se aplican a cada plataforma y, a continuación, diversificar el subconjunto de preguntas por plataforma, en función de cada público destinatario.
- Mantener un elemento narrativo en los informes e incorporar dichos elementos a los datos presentados, incluyendo comparaciones, valores atípicos, inquietudes y puntos de vista.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Procurar que los datos sean asimilables por parte de lectores con conocimientos distintos de analítica.

Sitios web del AA Grapevine

Sitios web del Grapevine y La Viña

A diciembre de 2022, el AA Grapevine mantiene dos sitios web: un sitio del Grapevine que incluye la revista actual, archivos, tienda y otras características, y un sitio paralelo de La Viña para los miembros de habla hispana.

aagrapevine.org, el sitio web principal para todo lo del Grapevine. Este sitio incluye la página de inicio del AA Grapevine, con enlaces a la revista, a los archivos históricos de las historias del AA Grapevine, una página “Get Involved” con material relacionado con la transmisión del mensaje con el Grapevine para representantes del Grapevine (GVR, por su sigla en inglés), la tienda del AA Grapevine con registro para suscribirse, así como libros y productos diversos. Esta página principal incluye enlaces a La Viña, al proyecto “Lleve el mensaje”, al pódcast, a libros electrónicos ePub y a aa.org. El sitio brinda un lugar donde los usuarios pueden adquirir todo el material del AA Grapevine. aalavina.org es paralelo a aagrapevine.org, pero con contenidos exclusivos de miembros hispanohablantes.

El sitio aagrapevine.org contiene:

- Historias de miembros de AA para cualquier persona interesada en recuperarse del alcoholismo.
- Suscripciones digitales.
- Acceso a los archivos de historias del Grapevine (todas las historias impresas desde 1944).
- Transmisión en directo (*streaming*) de audio.
- Tienda en línea.
- Calendario digital de eventos de AA.
- Información sobre escribir para la revista.
- Guías para la presentación de ilustraciones y fotografías.
- Información para los representantes del Grapevine (GVR, por su sigla en inglés).
- Concurso de cómics.
- El número actual del mes (que incluye todas las historias grabadas, para que pueda escucharlas).

El sitio aalavina.org contiene:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Historias de miembros de habla hispana.
- Un audiorrelato original en español cada dos meses.
- Recursos para los miembros de la comunidad hispana de AA.
- Calendario digital de eventos de AA.
- Información sobre escribir para la revista.
- Guías para la presentación de ilustraciones y fotografías.
- Tienda en español.
- Información para los representantes de La Viña (RLV, por su sigla en inglés).

Tareas en curso:

- Diferenciar el contenido original del duplicado en el sitio web de Drupal del Grapevine. Se han comprobado y actualizado manualmente más de cuatrocientos URL desde que se inició el proceso de auditoría en marzo.
- Se creó e implementó una página personalizable en “Linktree” para el Grapevine y La Viña. La herramienta “Link in Bio” está disponible en ambas cuentas de Instagram de la siguiente manera:
- linktr.ee/aagrapevine y linktr.ee/aalavina
- Se crearon e implementaron las siguientes páginas de destino:
 - La página “Welcome, Professionals” (bienvenidos los profesionales) aagrapevine.org/professionals
 - La página “Fun in Sobriety Book” (libro diversión en sobriedad) aagrapevine.org/fun-in-sobriety-book
 - La página “Diversión en sobriedad” aalavina.org/diversion-en-sobriedad
 - La página “Concepts 60 years” (sesenta años de los Conceptos) aagrapevine.org/concepts60years
- Fue renovado el aspecto de la mitad superior de la página de inicio implementando un nuevo diseño, tanto en el sitio web del Grapevine como en el de La Viña. Ahora muestra tres cuadros de características que el coordinador web puede personalizar y editar internamente.
- En forma coordinada con North Studio, continúan los trabajos de mejoramiento del mantenimiento y soporte para los sitios web aagrapevine.org y aalavina.org.
 - El modelo de URL de eventos fue actualizado para incluir la fecha.
 - Calculadora de tiempo de sobriedad: Se añadió una línea “Has estado sobrio durante” en la página de inicio. En la página de destino, añadimos una cadena de texto y un contador para “Tu total de días en sobriedad es”. Se eliminaron los iconos “segundos”, “minutos” y “horas”.
 - En la página de recursos: Se añadió un nuevo enlace para descargar el

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

documento “Preguntas frecuentes sobre la Convención Internacional de 2025”. El mismo está disponible tanto en el sitio web del Grapevine como en el de La Viña.

- Fue actualizado el contenido y el enlace de la página “Estamos aquí para ayudar” del Grapevine y La Viña.
- Se realizaron los trabajos habituales para el mantenimiento de las listas de distribución de correo del sistema de correo de *marketing* Constant Contact.
- Tareas continuas para crear y publicar boletines informativos:
 - Exclusivas semanales en la web.
 - Noticias mensuales sobre productos del Grapevine.
 - Boletines trimestrales de Tu grupo.
- Supervisar la publicación de las citas diarias del Grapevine y La Viña en los sitios web y los correos electrónicos masivos.
- Se está trabajando en la preparación de los códigos UTM (Motorización de Tráfico de Urchin, una herramienta de analítica web) y añadiéndolos a los boletines del AA Grapevine, en las comunicaciones masivas por correo electrónico, y en los artículos para Linktree.
- Se está trabajando en colaboración con Sticky Media en el mejoramiento de los metadatos, tanto para el sitio web aagrapevine.org como para el de aalavina.org . Hasta ahora, en 2022, hemos optimizado juntos 52 páginas.
- Se creó e implementó la página de destino del Proyecto de entrevistas con las fuerzas armadas de AAWS en los sitios web del Grapevine y La Viña.
 - aagrapevine.org/armed-forces-interview-project (GV)
 - aalavina.org/proyecto-fuerzas-armadas (LV)
- Se actualizó el contenido de las páginas de destino Actualizaciones importantes (*Important Updates*), mostrando enlaces a información, avisos y proyectos de la OSG y del AAGV, Inc.
 - aalavina.org/actualizaciones-importantes (LV)
 - aagrapevine.org/important-updates (GV)
- Se implementaron las actualizaciones en los sitios web de Drupal del Grapevine y La Viña, para ocultar el mes y año del inicio y fin de los títulos de artículos y audios. En coordinación con el proveedor web, se desarrollaron e implementaron nuevos desplegables de “campos de la sección de la revista” en los sitios web de Drupal del Grapevine y La Viña. Los artículos y los audios muestran ahora a qué sección pertenecen.
- Se está trabajando en la preparación de los códigos UTM (Motorización de Tráfico de Urchin, una herramienta de analítica web) y añadiéndolos a los

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

boletines del AA Grapevine, y en las comunicaciones masivas por correo electrónico, para monitorear mejor los datos en Google Analytics. También se está trabajando con el equipo de mercadotecnia del sitio web en el mejoramiento de los metadatos para los sitios web aagrapevine.org y aalavina.org.

Plan de control de listados en línea

Los listados de empresas en línea son páginas que muestran la información de una empresa en sitios web de directorios, páginas de resultados de motores de búsqueda, redes sociales y sitios de reseñas de empresas. Actualmente tenemos listados de empresas en Google, Bing y Yelp. Cada plataforma de búsqueda las generó automáticamente con la información de contacto de nuestra organización disponible públicamente. Nos adjudicamos los tres en 2019, para corregir las inexactitudes y aprovechar la oportunidad para mejorar las relaciones públicas. Actualmente, la información ya es correcta en cada uno de los listados.

Existen funciones para las revisiones, comentarios y preguntas del público en estos listados que no pueden deshabilitarse o eliminarse. Al hacer caso omiso de estos comentarios en el pasado, estuvimos dejando ahí comentarios inexactos e inapropiados, y perdíamos la oportunidad de ofrecer información de ayuda y de contacto. Se está trabajando para responder semanalmente a todos los comentarios y preguntas pendientes.

Acciones aprobadas:

- Revisar mensualmente la información de los listados. Corregir la información que sea inexacta o actualizarla con nuevos datos.
- Actualizar completamente la información empresarial.
- Interacción con comentarios y preguntas: Dependiendo del comentario, el miembro del personal en el despacho de Información Pública daría una respuesta breve y exacta o brindaría información de contacto de la persona en la oficina que pueda ofrecer una mejor respuesta a su inquietud.
- Cuando sea posible, trataremos de eliminar los comentarios que traten de AA en general, o de alguna entidad local —pero no específicamente sobre la OSG—, pues el listado es específicamente para la OSG. Si se busca

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

información general que podamos proporcionar, responderemos debidamente.

Acciones sobre las que se debatirá a futuro:

- El uso de “anuncios especiales” y otras funciones que ofrecen las plataformas.
- Añadir fotografías de la oficina, de ser apropiadas (que actualmente no estén aprobadas).

Google Ads

Actualmente estamos llevando a cabo tres campañas de Google Search Ads: “Encuentre una reunión”, “Obtenga ayuda” y “Para los profesionales”. Para cada una de estas campañas, proporcionamos a Google una lista de palabras clave que, cuando se busquen, nos gustaría que apareciera nuestro anuncio. Nuestros anuncios nunca se mostrarán, a menos que alguien busque palabras clave directamente relacionadas con nuestros anuncios, lo que restringe nuestra audiencia potencial a quienes buscan activamente nuestro mensaje.

- Todos los enlaces en los anuncios están dirigidos a aa.org.
- Los más altos índices de clics siguen siendo para encontrar una reunión.
- Nuestros anuncios están llegando a un rango muy amplio de edades y géneros. El grupo integrado por hombres de entre 25 y 34 años ocupa el primer lugar en interacción con nuestros anuncios.

Nuestras campañas de Google Ads se financian por medio de una subvención de Google Ads para organizaciones sin fines de lucro. Nos conceden hasta diez mil dólares al mes, pero solo gastamos unos dos mil mensualmente. No estamos empleando toda la cantidad disponible porque los Google Ads son de “pago por clic” y no estamos obteniendo suficientes clics para gastar nuestro presupuesto. No obtenemos suficientes clics, en parte porque nuestras palabras clave son tan específicas que no tienen un volumen de búsqueda suficientemente alto, y en parte porque las campañas no están plenamente optimizadas. El seguimiento de su desempeño debería mejorar y permitirnos utilizar una mayor parte de nuestro presupuesto. Actualmente, estamos reconsiderando nuestros informes sobre analítica web, por lo que las futuras iteraciones del Plan Integral de Medios contarán con más información sobre el desempeño de nuestras campañas.

La publicación de anuncios de cualquier tipo plantea naturalmente preguntas sobre cómo nos estamos adhiriendo a las Séptima, Undécima y Duodécima Tradiciones. La

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Séptima Tradición establece que los grupos de AA deben mantenerse a sí mismos, rechazando contribuciones de fuera. Muchas entidades de AA han interpretado que esto no se aplica a los recursos igualmente disponibles para cualquier organización sin fines de lucro. La donación de tiempo de emisión en televisión y radio para anuncios de servicio público ha sido durante mucho tiempo aceptable para AA, y el programa de subvenciones Google Ads es muy similar. La subvención no tiene “ataduras” ni afiliación alguna, del mismo modo que nosotros no estamos ni comprometidos ni afiliados a las cadenas de televisión que emiten nuestros anuncios de servicio público.

La Undécima Tradición establece que nuestra política de relaciones públicas se basa en la atracción en lugar de la promoción. A lo que realmente se refiere es a la *autoproclamación*; es decir, a “alabarnos a nosotros mismos”. Esto no significa que AA sea una sociedad secreta o que debamos dejar de dedicarnos al trabajo de informar al público. Los Google Ads son una herramienta de IP, al igual que las otras que hemos utilizado desde el inicio de AA. Google es uno de los muchos motores de búsqueda en línea que la gente utiliza para buscar ayuda con un problema de alcoholismo. Los resultados de búsqueda orgánicos (no de pago) de Google están dominados por centros de recuperación con fines lucrativos que pueden permitirse gastar miles de dólares al mes en la optimización de los motores de búsqueda. No podemos ni debemos competir con ellos; pero la subvención de Google Ads nos da la oportunidad de ser visibles donde de otro modo no tendríamos la oportunidad, y de llegar a personas que de otro modo no nos habrían encontrado.

Algunos miembros han expresado su inquietud por el anonimato y los Google Ads, debido a aspectos como las cookies y el rastreo de datos. El anonimato y la privacidad en línea son conceptos muy diferentes. Los usuarios tienen el control sobre su propia privacidad en línea; Google Safety dispone de un tablero de controles de privacidad que permite a los usuarios ver, controlar y eliminar los datos que Google rastrea. Los Google Ads también tienen políticas que prohíben a los anunciantes dirigirse a los usuarios basándose en dificultades personales o afecciones médicas, lo que significa que nunca se mostrará a nadie un anuncio de un centro de recuperación con fines lucrativos por haber hecho clic en uno de nuestros anuncios.

Estatus actual:

El Departamento de Servicios de Comunicaciones de la OSG se encarga actualmente de administrar y actualizar las campañas de Google Ads. Su

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

administración incluye tareas como:

- Evaluar y experimentar con la orientación de los anuncios.
- Hacer pruebas A/B del texto y del diseño de los anuncios.
- Agregar y eliminar palabras claves y palabras claves negativas.
- Cambiar el tipo de emparejamiento de las palabras claves con palabras cercanas (*key match type*).
- Probar múltiples opciones para la página de llegada.
- Aprobar o denegar sugerencias básicas de la campaña provistas por Google Ads.
- Elaborar informes trimestrales.

Actividades completadas en 2022:

- Actualizaciones de etiquetado y seguimiento mediante Google Tag Manager.
- Estrategia actualizada de cuotas para palabras clave y los ajustes de conversión.
- Creación e implementación de una nueva campaña dirigida a los profesionales.
- Conversión de conjuntos de anuncios originales en anuncios responsivos.
- Se desarrollaron nuevos textos publicitarios para completar las opciones vacías de las campañas publicitarias responsivas originales.

Metas para 2023:

- Asegurar que todos los anuncios tengan tantas variaciones de texto como sea posible.
- Desarrollar nuevos conjuntos de anuncios, basados en la analítica web y la investigación de palabras clave.
- Supervisar el desempeño de los anuncios existentes y explorar oportunidades de mejoramiento.
- Asegurar que cada anuncio cuente con las conversiones correctas establecidas y que estén siendo rastreadas adecuadamente.

Códigos QR y UTM

Los códigos QR son códigos que se leen mecánicamente; consisten en una matriz de cuadrados blancos y negros que suelen utilizarse para almacenar direcciones URL u otra información para que sean leídos mediante la cámara de un teléfono inteligente. La exploración de formas de utilizar códigos QR en nuestros materiales de IP ha sido un tema de conversación constante en el Comité de Información Pública de los

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

custodios y en el Departamento de Publicaciones. El Departamento de Publicaciones tiene previsto añadir gradualmente códigos QR a diversos materiales, para calibrar su utilidad y eficacia antes de tomar decisiones sobre su uso más extendido.

Uno de los primeros artículos de literatura que incluirá un código QR es el folleto que se publicará próximamente sobre los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022. El código QR dirigirá a los usuarios a una página de destino específica con más información.

Al utilizar los códigos QR, es importante tener en cuenta el destino del enlace e implementar un código UTM en el mismo, para realizar un seguimiento adecuado de la participación. Un código UTM es un elemento básico de código que se añade al final de la URL para facilitar el seguimiento del desempeño de las campañas de contenidos. Existen cinco parámetros en las URL disponibles para el seguimiento, entre los que se incluyen el contenido, el período, la campaña, el medio y la fuente. La inclusión de un código UTM en un enlace nos permite utilizar la analítica web para hacer un seguimiento exacto de la procedencia del clic, de modo que sepamos cuántas personas han escaneado el código QR.

Los códigos UTM ya se utilizan en el Grapevine y en la OSG en diversas aplicaciones. El Departamento de Servicios de Comunicaciones utiliza códigos UTM en las noticias de la aplicación Meeting Guide, y el Grapevine utiliza códigos UTM en sus boletines informativos. El seguimiento de datos y la analítica web son elementos clave para estimar el alcance de nuestros esfuerzos y tomar decisiones a la hora de planificar campañas futuras. La OSG y el Grapevine seguirán implementando códigos UTM cuando sea oportuno, explorando nuevas aplicaciones.

Sección 4: Relaciones públicas

“Estamos tratando de hacer lo mejor posible para llegar más a aquellos 25 millones de alcohólicos que habitan en el mundo. Tenemos que llegar a ellos directa o indirectamente. Para poder lograrlo será necesario que se comprenda a AA, y que la aceptación del público hacia AA siga aumentando en todas partes. Es necesario tener muy buenas relaciones con la medicina, la religión, empresarios, gobiernos, tribunales, prisiones, hospitales mentales y todos aquellos que tengan algo que ver con el alcoholismo. Necesitamos incrementar la confianza de los editores, escritores, periodistas y gente de radio y televisión. Estos canales de publicidad locales, nacionales e internacionales deben abrirse cada vez más ampliamente, evitando

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

siempre las tácticas promocionales agresivas. Mediante todos estos recursos, tenemos que tratar de llevar el mensaje de AA a aquellos que sufren de alcoholismo y sus consecuencias". *Bill W. Concepto XI, El Manual de Servicio de AA combinado con Doce Conceptos para el Servicio Mundial, p. C39 (1962).*

Estrategia

La estrategia de Información Pública incluye mensajería y diseminación de contenido por medio de las principales partes interesadas como vehículo de la voz de la marca. A continuación se presentan algunas tácticas esenciales:

- Elaborar anualmente un calendario del contenido y de la información al público.
- Identificar representantes para hablar de AA con el público, los profesionales y la prensa.
- Elaborar y mantener al día una lista de prensa, incluidos los medios de prensa afines, y cultivar esas relaciones.
- Mantener una matriz de seguimiento de las notas de prensa y los contactos con los medios de comunicación que incluya el alcance de toda la cobertura.

Temas de conversación:

Sin importar su edad, sin importar su género o antecedentes, si usted está bebiendo demasiado, AA le ofrece una solución.

En cuanto al alcoholismo, nuestra competencia se limita a hablar únicamente de Alcohólicos Anónimos y de su programa de recuperación.

Alcohólicos Anónimos es una comunidad de personas que comparten su mutua experiencia, fortaleza y esperanza, para resolver su problema común y ayudar a otros a recuperarse del alcoholismo. El único requisito para ser miembro es el deseo de dejar la bebida.

Acciones en curso

Notas de prensa

La Oficina de Servicios Generales tiene actualmente un contrato con Cision-PR Newswire para la distribución profesional electrónica de notas de prensa. El contrato actual permite la distribución de seis comunicados al año.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

La elaboración de las notas de prensa es coordinada por conducto del despacho de Información Pública. La creación de contenido para las notas de prensa es una responsabilidad tripartita de Información Pública, y los departamentos de Publicaciones y Comunicaciones. Todos los comunicados están disponibles en inglés, francés y español. El despacho de Información Pública también proporciona paquetes electrónicos de prensa, a petición, como material de referencia para las notas. Puede consultarse una lista reciente de las notas de prensa en la página [Prensa y medios de comunicación](#).

La selección de las personas para hablar sobre los temas incluidos en el contenido la realiza el coordinador de Información Pública y el Departamento de Comunicaciones, con base en la necesidad específica, siempre teniendo en mente los principios delineados por las Doce Tradiciones de AA.

Cision-PR Newswire proporciona los datos de la analítica web que se difunde con las notas de prensa. Los comunicados se publican también en el sitio web aa.org, que cuenta también con su propia analítica web.

El Grapevine y La Viña cuentan con sus propios procedimientos para la emisión de notas de prensa. No emiten notas de prensa como las que podría hacer AAWS — para anunciar, por ejemplo, la nueva presidencia de la JSG— dirigidos al público en general por conducto de los medios de comunicación. Antes bien, sus comunicaciones y anuncios, como el anuncio de un nuevo responsable de publicación o de un pódcast, se realizan dentro de la Comunidad mediante envíos masivos por correo electrónico y en nuestros boletines informativos.

Comunicaciones directas

Estas incluyen el envío de anuncios a los miembros, a los miembros del personal, a los integrantes de la Junta, a los delegados, a los distritos, a las áreas y a las oficinas locales de intergrupo y centrales.

Un tipo de anuncios es los mensajes del gerente general acerca de diferentes temas, incluyendo, entre otros, actualizaciones sobre la Séptima Tradición y noticias acerca de la OSG que sean relevantes para la Comunidad. El actual gerente general ha definido como meta personal enviar un “anuncio” al mes. Los

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

anuncios se envían mediante la plataforma de mercadeo por correo electrónico Campaign Monitor, utilizando los datos disponibles en el software NetSuite de la OSG.

El Box 459 es una publicación interna que se envía cuatro veces al año conforme al ciclo estacional (invierno, primavera, verano y otoño), tanto impresa como en formato electrónico a un pequeño número de suscriptores, así como a todos los grupos registrados en la base de datos Fellowship Connection.

El Informe Trimestral se envía de parte de la Junta de Servicios Generales a todos los miembros de la Conferencia, y de parte de AAWS se envían los “Puntos destacados de AAWS”, también trimestralmente.

Mejoras

El calendario de comunicados se basaba tradicionalmente en eventos internos, como nuevas publicaciones o las Convenciones Internacionales. Ahora contamos con un calendario ampliado de Información Pública; en el mismo se han incorporado eventos externos (por ejemplo, el mes de la concienciación sobre el alcohol, días festivos, enero sobrio) como oportunidades para aumentar la comprensión y subrayar nuestro mensaje. Y, como ya se ha mencionado, ahora incluye las actividades del Grapevine y La Viña. Todas las comunicaciones directas se incluyen ahora en el calendario de contenidos e Información Pública.

Siguientes pasos

Como parte de una estrategia a largo plazo para la relación con los medios de comunicación, el considerar un puesto o despacho de relaciones con los medios de comunicación nos permitiría dirigirnos tácticamente a miembros específicos de ese medio con ideas para historias y reportajes, en conjunto con notas de prensa de tipo general.

Hay muchas oportunidades al alcance de Información Pública para elevar la percepción de Alcohólicos Anónimos en la fase preliminar de la convención quinquenal. Igualmente para la Conferencia mediante sus acciones, como la elección de un nuevo presidente de la Junta. Estas oportunidades de noticias en torno a las acciones de la Conferencia y las elecciones de la Junta dignas de

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

atención siguen un calendario regular, por lo que fácilmente pueden incorporarse al calendario de Información Pública.

Los mensajes externos que circulan con los eventos pueden ofrecer oportunidades significativas para que IP colabore con los canales de los medios de comunicación locales en las ciudades sede, antes, durante y después de la Convención Internacional. También ha sido una práctica de la OSG el contratar a una persona local, profesional en medios de comunicación, de la ciudad sede, para aprovechar al máximo toda publicidad que sea posible antes, durante y después de la Convención Internacional.

Considerar la posibilidad de impartir formación sobre los medios de comunicación a los custodios clase A, para ayudarlos a servir mejor como mensajeros eficaces de los mensajes fundamentales de AA.

Sección 5: Elaboración del contenido

Calendario de contenido

El calendario de contenidos de la OSG, elaborado por el Departamento de Servicios de Comunicaciones, contiene anuncios y contenidos programados de manera habitual que se distribuirán a la Comunidad por medio de los canales y plataformas adecuados. Con el objetivo de mantener el registro y el seguimiento anual de los contenidos de la OSG, los miembros del personal y los departamentos son responsables de enviar al Departamento de Servicios de Comunicaciones información actualizada sobre los contenidos previstos.

El contenido del calendario incluye boletines periódicos, como el *Box 4-5-9, Acerca de AA* y *Compartiendo desde detrás de los muros*. También se incluyen los anuncios programados del Departamento de Publicaciones, las noticias mensuales del Grapevine, las novedades de la aplicación Meeting Guide, los comunicados de prensa, los informes trimestrales, los boletines de la Reunión de Solitarios e Internacionalistas (LIM, por su acrónimo en inglés) y mucho más.

Anuncios de servicio público en televisión

Muchas organizaciones no lucrativas —entre ellas, Alcohólicos Anónimos— han reconocido desde hace mucho tiempo la utilidad de los anuncios de servicio público

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

(ASP) como instrumentos para informar al público general. Su primera mención se hace en 1966 en la Historia y Acciones del Comité de Información Pública de los custodios: la producción regular de anuncios de servicio público para televisión de 15, 30 y 60 segundos, a partir de entonces y durante las siguientes décadas. Los cambios en el sector pueden detectarse por medio de las acciones, desde sus primeras menciones, pasando por los requisitos para la televisión por cable a principios de la década de 1980, hasta el aumento de la necesidad de profesionales para conseguir que los anuncios de servicio público se distribuyeran —debido al gran volumen de canales de televisión—, y pasando por los cambios en los formatos de presentación, hasta las solicitudes actuales para investigar la colocación en los servicios de *streaming*.

Las estaciones de televisión sacan al aire los anuncios de servicio público cuando disponen de tiempo comercial no vendido. Cuandoquiera que una estación tiene una pausa comercial, si no se ha vendido en su totalidad el tiempo para anuncios, las estaciones utilizan los anuncios de servicio público para llenar ese espacio. AA invierte en la producción del contenido, su distribución y monitoreo, y las estaciones proporcionan el tiempo aire. Por ello, los anuncios de servicio público cubren una necesidad de contenido para las estaciones. El valor comercial del tiempo aire que se ha proporcionado a AA (así como a otras organizaciones sin fines de lucro) durante años asciende a cientos de millones de dólares.

La calidad de grado profesional en la producción de nuestros anuncios de servicio público es clave para el éxito con el tiempo de las campañas. Entre mayor sea la calidad de los anuncios de servicio público y de los mensajes, más serán las estaciones que los transmitan. Aunque anteriormente se obligaba a las estaciones que ofrecieran tiempo aire, esto ha dejado de ser así. Dada la enorme cantidad de anuncios de servicio público que les llega a las estaciones, los altos estándares de producción son esenciales para el éxito de su colocación.

Los comités de Información Pública locales también utilizan los anuncios de servicio público en sus comités y en sesiones de información al público. Los anuncios de servicio público están disponibles también en el sitio web aa.org para su visualización. Los comités locales también son de gran ayuda para proporcionar anuncios de servicio público en la calidad necesaria para su transmisión en estaciones de televisión y otros canales que no podrían haber sido cubiertos en la distribución inicial realizada por la OSG u ofrecer un impulso adicional para elevar el número de

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

transmisiones de nuestros anuncios de servicio público, gracias al establecimiento de relaciones de cooperación en el ámbito local.

Cada año, mediante el proceso de la Conferencia de Servicios Generales, el Comité de Información Pública de los custodios y el Comité de Información Pública de la Conferencia, en colaboración con el miembro del personal que coordina el despacho de Información Pública en la OSG, trabajan con la Comunidad para revisar la utilidad y relevancia de los anuncios de servicio público elaborados por Alcohólicos Anónimos mediante este procedimiento:

- Se evalúan los anuncios de servicio público existentes y a cada uno se le asigna un estatus: continuar su distribución en su forma actual, realizar ediciones puntuales o retirar el anuncio de servicio público.
- Se puede solicitar la elaboración de nuevos anuncios de servicio público.
- Pueden considerarse nuevos canales de distribución.

El miembro del personal de la OSG en el Despacho de Información Pública dirige cualquier proyecto para la producción de nuevos anuncios de servicio público, ya sea para su transmisión por televisión o por la radio, así como para editar cualesquiera anuncios de servicio público ya existentes. El proceso de producción incluye la participación de nuestro Departamento de Publicaciones y de proveedores externos de servicios para crear o editar un anuncio de servicio público. Todo nuevo material audiovisual es enviado mediante el proceso del comité para su aprobación en la Conferencia. Una vez aprobado, contratamos a un proveedor de servicios para asegurar que el material tenga la más amplia distribución en toda la estructura de servicio de los Estados Unidos y Canadá. Al comité se le proporciona la analítica web y la información del monitoreo para su revisión.

También procuramos reutilizar o actualizar el material audiovisual, para garantizar que, si se realizan revisiones a fondo, la relevancia y utilidad del anuncio de servicio público siga siendo vigente durante un período más amplio. Ello podría consistir en algo tan simple como la actualización de la grabación de un eslogan de voz en *off*.

La novedad de los contenidos también es importante. Más o menos a los seis meses de la distribución de los anuncios de servicio público para la televisión recién elaborados, es cuando por lo general observamos que comienza un descenso en el uso en el curso del tiempo. Frecuentemente, las estaciones comienzan a centrarse en

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

campañas más recientes; es cuando empiezan a disminuir las emisiones al aire. Por eso redistribuimos o “renovamos” los anuncios de servicio público, para darle un segundo impulso a la campaña y mantener su potencia para dar resultados. Esto le da a las difusoras otra oportunidad para emitir al aire los anuncios de servicio público, en caso de que no los hubieran transmitido la primera vez. En el caso de las estaciones que ya transmitieron los anuncios y los han retirado, esto también ayuda a generar nuevas emisiones. En promedio, típicamente observamos un incremento de entre un 10 y un 25 % de las estaciones que están emitiendo los anuncios de servicio público, luego de haberlos renovado. Utilizamos las nuevas emisiones que hacen las difusoras como punto de referencia para aumentar la renovación, porque el incremento de las emisiones, las impresiones y los valores de los medios de comunicación pueden provenir de las estaciones existentes.

Estrategia

- Crear contenidos de alta calidad para asegurar la distribución más amplia posible.
- Renovar los contenidos según sea necesario.
- Realizar un seguimiento del desempeño para medir el impacto de las distintas ejecuciones y el éxito general del programa.
- El empleo continuo y efectivo de recursos como los miembros de comité invitados en IP —quienes son expertos en la materia— es esencial para vigilar activamente el amplio campo, en constante cambio, de los medios de comunicación, para asegurarnos que no estamos dejando pasar nuevas oportunidades.

Informe de avance

- En 2022, los anuncios de servicio público en televisión en los Estados Unidos en inglés y español alcanzaron 94,624 emisiones, 459,786,475 impresiones y 24,672,294 dólares en valor de medios. Las emisiones canadienses suman un total de 8,390 (lamentablemente, no disponemos de impresiones ni del valor en medios de nuestra distribución canadiense).
- El comité de la Conferencia revisó y aceptó la información de distribución y seguimiento de dos nuevos ASP en video:
 1. La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor.
 2. La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta.
- Se elaboró un plan de acción para que los comités locales apoyaran la distribución de nuevos anuncios de servicio público.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Incluir enlaces a nuestros anuncios de servicio público en la parte de los correos electrónicos, bajo la firma; o mediante comunicados por correo electrónico, alentando a los comités locales a que se conviertan en distribuidores adicionales en sus sitios web y agencias profesionales locales.

Mejoras

- En lugar de pagar a un proveedor de servicios externo para que edite y reutilice el contenido o el tiempo del anuncio de servicio público, podríamos utilizar editores internos para hacer varias historias, de quince segundos, de treinta y de un minuto.

Siguientes pasos

- Se está llevando a cabo un estudio para explorar el uso de la difusión de pago de los videos de los anuncios de servicio público en las plataformas de *streaming*, incluyendo, pero no limitado a, Netflix, Hulu y YouTube. Con mayor precisión:
 - Comparar el valor en medios de los anuncios de pago con el de los anuncios donados, y la eficacia de estos diferentes enfoques.
 - Incluir investigación sobre las plataformas de transmisión directa canadienses para comprender mejor las normas sobre ASP y las plataformas específicas que hay en Canadá.
 - Obtener sugerencias y comentarios de miembros de AA de distintos grupos etarios sobre el deseo de la Comunidad de acometer la colocación paga de anuncios en plataformas de *streaming*.
 - Se está debatiendo el proyecto de distribución de los anuncios de servicio público de Mesmerize Point. Este servicio distribuiría nuestros anuncios de servicio público para televisión en determinados consultorios médicos, organizaciones comunitarias y farmacias independientes sin ningún costo. El contrato se encuentra actualmente en fase de revisión.

Anuncios de servicio público en la radio

AA ha comprobado desde hace mucho que los anuncios de servicio público en la radio son instrumentos tan efectivos como los anuncios de servicio público en la televisión. Actualmente, esto puede verificarse, especialmente en poblaciones pequeñas, alejadas y desatendidas, en las que las estaciones locales de radio realizan un servicio crucial para dichas comunidades. En algunas partes de los Estados Unidos y

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Canadá, donde la infraestructura no permite sino tecnologías elementales, la radio significa una verdadera cuerda salvavidas. Por lo anterior, es clara la importancia de proporcionar a tales estaciones de radio contenido en audio acerca de AA, como nuestros anuncios de servicio público. En 2021 se revisaron todos los anuncios de servicio público para radio y se actualizaron los eslóganes del final, para plasmar la información de contacto más reciente de AA. Los anuncios de servicio público con calidad de emisión están disponibles en el sitio web para su descarga directa, y por medio del Despacho de IP.

Aunque a primera vista la radio pudiera parecer una tecnología anticuada y menos efectiva —en términos de alcance comparativo—, en la práctica, es uno de nuestros instrumentos más valiosos para los comités locales.

No distribuimos directamente ningún anuncio de servicio público para la radio. Actualmente, no hacemos un seguimiento de las descargas desde nuestros sitios web; pero sería útil implementarlo más adelante para hacer un seguimiento de su utilidad y distribución. Actualmente no hay un calendario de revisión para los anuncios de servicio público de radio.

Pódcast

Pódcast de la OSG

La siguiente fue la consideración adicional del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

- El comité revisó el informe de avance y el plan de pódcast de la OSG y consideró todas las propuestas, así como el trabajo completado este pasado año. El comité se reunió con el responsable de publicación del Grapevine, personal del Departamento de Servicios de Comunicaciones y personal de Publicaciones, quienes respondieron a preguntas claves. El comité sugirió que el Comité de Información Pública de los custodios, el Departamento de Servicios de Comunicaciones de la OSG y el Departamento de Publicaciones de AAWS, en cooperación con el secretario miembro del personal, se enfoquen en la propuesta uno, considerar avanzar hacia la creación de un pódcast de la OSG aprovechando la experiencia del Grapevine con los pódcast.

El comité compartió que el enfoque que se describe en la acción recomendable de 2021: “Se produzcan [en la OSG] y distribuyan, en cooperación con la

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Oficina del Grapevine, pódcast que brinden compartimiento dentro de la Comunidad así como información sobre AA al público” está bien encaminado y que la OSG puede crear episodios sobre muchos temas de discusión relacionados con el servicio. El comité opina que el enfoque en temas diferentes ayudará a evitar entrar en competencia con el pódcast del Grapevine. Para respaldar un desarrollo exitoso continuo del pódcast de la OSG, el comité brinda las siguientes sugerencias y espera recibir un informe de avance que se presentará al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

- Darle a la OSG la responsabilidad de gestionar la creación del pódcast y su apego a los principios de AA, para posibilitar la producción eficiente de una serie regular de episodios.
- Pedirle al Comité de Información Pública de los custodios que investigue cuáles son los mejores métodos para elaborar futuros episodios de pódcast en español y francés.
- Desarrollar la metodología para invitar a participantes a sesiones grabadas basadas en temas, y que incluirán a nuestros custodios, personal y miembros en los episodios.
- Establecer recursos internos y externos que respalden la producción del pódcast de la OSG. Puede ser de utilidad contratar trabajadores independientes con experiencia en el desarrollo de pódcast creativos y su formato.
- Poner en práctica analítica tal como se describe en el plan de pódcast de la OSG para presentar anualmente informes al Comité de Información Pública de la Conferencia.

El trabajo en el pódcast de la Oficina de Servicios Generales comenzó por un punto de agenda propuesto, que dio origen a una acción recomendable de la Conferencia en la 71.ª Conferencia de Servicios Generales.

Estrategia

- Se produzcan [en la OSG] y distribuyan, en cooperación con la Oficina del Grapevine, pódcast que brinden compartimiento dentro de la Comunidad así como información sobre AA al público.
- Crear episodios sobre muchos temas de debate relacionados con el servicio.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Informe de avance

El equipo de pódcast del Grapevine le describió minuciosamente al equipo de la OSG el proceso paso a paso y las herramientas que emplea el Grapevine para producir los episodios de su pódcast. El comité discutió una consideración para investigar cuáles son los mejores métodos para elaborar futuros episodios de pódcast en español y francés. Dicha investigación se llevará a cabo al concluir la elaboración de la versión en inglés del pódcast. Se puso a consideración la idea de si podría proyectarse el pódcast de la OSG de manera simultánea como un video en el canal de YouTube de AAWS.

Siguientes pasos

- Precisar y articular el propósito y la misión del pódcast. La “declaración de misión” se incluirá como una breve descripción del pódcast público que indique a los posibles oyentes qué pueden esperar; esta descripción también ayudará a dar a conocer los temas de los episodios.
- Completar los roles necesarios, identificados en el borrador de la especificación de roles del pódcast, para apoyar la creación del mismo.
- Proseguir con el desarrollo de nuevos episodios.

Pódcast de AAGV

Historia

El pódcast del Grapevine es un fiel reflejo de la revista, ya que se centra en la recuperación del alcoholismo de los miembros. En él se refleja:

- Sólida adherencia a las Tradiciones de AA.
- Centrado en la recuperación del alcoholismo.
- Un talante desenfadado, que evoca el tomarse un café después de la reunión.
- Secciones fijas, como “Pregúntale al veterano”, “Lo que hay en un nombre”, “Stump the Thumper” (juego de trivia sobre el Libro Grande).
- Humorismo de la revista.
- Se fomenta la participación del público.
- Programa de media hora con una nueva emisión cada semana.

Distribución

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El lanzamiento del pódcast fue el 4 de octubre de 2021. Hasta el 9 de noviembre de 2022, se han producido 59 episodios. El pódcast está disponible en las plataformas de pódcast más populares (Apple Podcasts, Spotify, etcétera), y por medio del reproductor de pódcast de Grapevine en <https://www.aagrapevine.org/podcast>.

Estrategia

- Enriquecer la sobriedad de los miembros; atraer a los miembros a los productos del Grapevine, y, quizá, hacer venir alcohólicos a AA.
- Ofrecer una conexión inmediata e íntima con miembros de AA.
- Estar disponibles en cualquier momento y donde sea.
- Utilizar el pódcast para dar realce a la marca Grapevine en la mente de los miembros.
- Atraer miembros a la revista Grapevine, a las suscripciones digitales y a los libros.
- Atraer a los alcohólicos a AA.

Informe de avance

- Al 17 de diciembre de 2022, el pódcast ha tenido más de trescientas mil descargas.
- El número máximo de oyentes se registra los lunes, día en que se publican los nuevos episodios; lo que indica que el pódcast está ganando fieles seguidores.
- Aproximadamente el 54 % de los oyentes utiliza el pódcast de Apple; el 15 % utiliza el sitio web AAGV; un 13 % emplea Spotify; el resto de las plataformas integran la diferencia.
- La abrumadora mayoría de los oyentes emplea dispositivos móviles: las aplicaciones móviles representan el 78 %, y los navegadores, el 12 %, constituyendo el 90 % del total. Los oyentes que utilizan equipos de escritorio suman un 4 %.
- Las cifras de los dispositivos utilizados confirman el uso abrumador de los dispositivos móviles: iOS y Android, por el 87 % de los oyentes.
- El pódcast fue la quinta página de destino más visitada en aagrapevine.org durante el mes de septiembre (la página de inicio, la calculadora de sobriedad, el inicio de sesión y la revista son las cuatro primeras).
- El público en los Estados Unidos suma el 88 %, y en Canadá, el 7 %. Gran Bretaña representa el 1 % del público, y estamos llegando a miembros en lugares tan

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

remotos y diversos como Panamá, Kenia y Estonia.

Comparaciones

La siguiente es una cita de un artículo en Podcast.co:

“Una de las secciones clave que resultará interesante para cualquier creador de pódcast. Si su nuevo episodio recibe, en los siete días siguientes a su publicación:

- Más de 29 descargas, está entre el 50 % de los mejores pódcast;
- más de 101 descargas, está entre el 25 % de los mejores pódcast;
- más de 386 descargas, está en el 10 % de los mejores pódcast;
- más de 938 descargas, está en el 5 % de los mejores pódcast;
- más de 4,683 descargas, está en el 1 % de los mejores pódcast.

El Grapevine cuenta actualmente con una media de más de dos mil descargas en los primeros siete días desde su publicación, por lo que, según este criterio, se encuentra firmemente posicionado en el 5 % superior.

Siguientes pasos

- AAGV está estudiando la posibilidad de lanzar un segundo pódcast con una presentadora femenina, y una estrategia de contenidos diferente.
- Aprovechar el pódcast como un componente básico de un objetivo más amplio: contar con una aplicación Grapevine digital para teléfonos inteligentes, con todas las cosas del Grapevine, que tenga suscriptores todo el tiempo.

Sección 6: Literatura

Departamento de Publicaciones de AAWS

Muy al principio de nuestra historia, AA tomó la decisión de ser su propia editorial; una decisión que ha significado mucho para la unidad, el crecimiento y la buena salud del movimiento.

Comenzando con el Libro Grande, AA ha desarrollado una gran diversidad de material diseñado para transmitir el mensaje de recuperación de AA, y para articular los principios del programa de AA.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El Departamento de Publicaciones coordina todos los aspectos de la elaboración y publicación de estos artículos de literatura, incluidos todos los libros, folletos, CD y otros formatos. Este departamento también se encarga de traducir la literatura al francés y al español para los miembros de AA de los Estados Unidos y Canadá, y colabora con otros países para que el material de AA se traduzca a varios idiomas, según lo soliciten dichos países. El departamento se ocupa también de todo el servicio de atención al cliente de nuestra literatura; supervisa el inventario y el almacenamiento; y hace un seguimiento de todos los derechos de autor y los permisos.

Además de los artículos de literatura aprobados por la Conferencia, AAWS publica materiales de servicio, como guías y boletines, informes y directorios de AA. Gran parte del material publicado por AAWS también está disponible en diferentes formatos, como ediciones en letra grande, audio, ediciones en CD y DVD, braille y lenguaje de señas. Este departamento también:

- Crea catálogos y formularios para pedidos de literatura.
- Supervisa las traducciones y la concesión de licencias del material protegido por derechos de autor de AA World Services.
- Se encarga de la investigación y el desarrollo de nuevas publicaciones y nuevos formatos.
- Tramita todos los pedidos de literatura.
- Se encarga del control del inventario.
- Atiende las consultas de los compradores relativas a los pedidos.
- Cuenta con un pequeño departamento interno de envíos.
- Administra las empresas subcontratadas para el almacenamiento y los envíos.

El proceso de aprobación de la Conferencia

La incorporación de un nuevo libro o folleto no se toma a la ligera. He aquí un resumen del proceso:

- Por lo general, los comités de la Conferencia y de los custodios analizan detenidamente la necesidad y promueven la idea. Si la necesidad no parece ser urgente o lo suficientemente amplia como para justificar una nueva publicación, el proyecto se abandona o se aplaza; si la necesidad es clara, se empieza a trabajar.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Desde el primer borrador hasta el último, los miembros del personal y del comité, así como, ocasionalmente, un grupo especial ampliamente representativo, tienen libertad para criticar y sugerir, subrayando lo que consideran que expresará mejor el punto de vista de AA. Este proceso lleva tiempo: meses o incluso años.
- Una vez finalizado todo el trabajo de preparación, se envía un manuscrito al comité de la Conferencia correspondiente para su discusión. Si el comité recomienda su aprobación, se presenta a la Conferencia en su conjunto. En caso contrario, vuelve al comité de los custodios correspondiente, o al Departamento de Publicaciones, para una nueva revisión o discusión.
- Si dos tercios de los miembros de la Conferencia están de acuerdo con el manuscrito tal y como se presenta, o con ediciones específicas aprobadas por el pleno, la nueva obra literaria tendrá derecho a llevar la designación “Esta es literatura aprobada por la Conferencia de Servicios Generales de AA”. El mismo proceso se sigue para el desarrollo de materiales audiovisuales y digitales.

En el caso del AA Grapevine y La Viña, la Conferencia revisa los temas propuestos para cada libro del Grapevine y La Viña, así como las políticas del Grapevine. La Conferencia no revisa el material antes de su publicación en las revistas *Grapevine* o *La Viña*; intentar esto como una cuestión de procedimiento o política se considera poco práctico para una revista mensual o bimestral, y la Carta Constitutiva de la Conferencia señala que “nada de lo aquí expuesto comprometerá el derecho del editor del Grapevine a aceptar o rechazar material para su publicación”.

Grapevine y La Viña

El AA *Grapevine* es la revista internacional de Alcohólicos Anónimos. Redactada, editada e ilustrada por miembros y otras personas interesadas en el programa de AA para la recuperación del alcoholismo, el *Grapevine* es una cuerda salvavidas que une a un alcohólico con otro. Con frecuencia denominada nuestra "reunión impresa", el AA *Grapevine* comunica la experiencia, fortaleza y esperanza de sus colaboradores, y presenta un amplio panorama geográfico de la experiencia actual de AA con la recuperación, la unidad y el servicio.

La conciencia de que cada miembro de AA tiene su propia manera de aplicar el programa impregna las páginas del Grapevine, y, durante su historia, la revista ha sido

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

un foro para las opiniones variadas y a menudo divergentes de los AA de todo el mundo. Como tales, los artículos no se presentan como declaraciones de la política de AA, ni la publicación de cualquier artículo implica la aprobación ni de AA ni del Grapevine.

El AA Grapevine también publica libros y artículos relacionados en inglés, así como en español y francés. El libro más vendido del Grapevine y de La Viña es *El lenguaje del corazón*, que contiene los más de ciento cincuenta artículos de Bill W. publicados en el *Grapevine*. Todos los títulos están también disponibles como libros electrónicos y algunos también como audiolibros.

Historia de La Viña

En 1995, la Conferencia de Servicios Generales abordó la necesidad expresada en Estados Unidos y Canadá de una edición en español del Grapevine y dio su aprobación a la idea. En julio de 1995, se publicó una edición especial del *Grapevine* en español, con artículos que ya habían aparecido en la revista en inglés. La Viña empezó a circular como publicación bimestral para los miembros hispanohablantes de AA en junio de 1996.

Archivos históricos del Grapevine

Casi todos los artículos y cartas del Grapevine que se han publicado están disponibles en línea. Los archivos de historias, con artículos escritos por miembros de AA desde junio de 1944 hasta el presente, ofrecen un relato vívido de la historia de AA (incluidos todos los artículos publicados en el Grapevine del cofundador Bill W.), así como un panorama de la Comunidad en la actualidad.

Los archivos están disponibles por medio de una prueba gratuita de siete días o con la compra de una suscripción, y los visitantes pueden buscar en ellos por lugar, autor o tema para encontrar la primera versión de las Tradiciones, para saber lo que los AA han dicho sobre temas como el apadrinamiento y el automantenimiento, y para explorar lo mucho —y lo poco— que AA ha cambiado. Los lectores también pueden examinar la colección por departamento, tema o fecha para encontrar cientos de chistes y cómics, junto con miles de artículos. Los archivos digitales de La Viña también están disponibles. Las suscripciones digitales al *Grapevine* o a *La Viña* incluyen el acceso a 20 historias al mes en los archivos.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Libros y folletos

“Hoy día, igual que en los primeros días de Alcohólicos Anónimos, el mensaje de AA de recuperación del alcoholismo se transmite por medio de un alcohólico que habla con otro. No obstante, desde la publicación de la primera edición del Libro Grande en 1939, la literatura ha desempeñado un importante papel en la propagación del mensaje de AA y en la difusión de información acerca del programa de Doce Pasos de AA de recuperación. Bill W., cofundador de AA, que solía decir que la influencia de la literatura de AA era ‘incalculable’, escribió en el número de mayo de 1964 del Grapevine lo siguiente: ‘Supongamos, por ejemplo, que durante los últimos veinticinco años AA no hubiera publicado nada... ningún libro ni folleto. Nos hace falta poca imaginación para ver que, llegados a estas fechas, nuestro mensaje sería irremediablemente desvirtuado. Nuestras relaciones con la medicina y la religión serían una confusión total. Los alcohólicos no nos tomarían nada en serio, y al público en general le pareceríamos un oscuro enigma. Sin tener su literatura, AA sin duda se habría estancado en una maraña de controversia y desunión’. [El lenguaje del corazón, página. 348] Las palabras de Bill son hoy tan ciertas como entonces”. Fuente: *Guías de AA: comités de Literatura*.

La piedra angular de nuestro programa y de la literatura de AA es *Alcohólicos Anónimos*, generalmente conocido como *el Libro Grande*, el cual fue publicado por primera vez en 1939. Se han vendido más de treinta y siete millones de copias del título en 73 idiomas diferentes, con 28 traducciones en curso en diversas fases de desarrollo. En el presente, el libro está disponible en diversos formatos: impreso, digital, audiolibro, braille, letra grande y lenguaje de señas.

AA World Services, Inc. (AAWS), una de las dos corporaciones de servicio de AA (la otra es AA Grapevine, Inc. o AAGV), publica no solo el Libro Grande sino otros títulos de libros, incluyendo *Doce Pasos y Doce Tradiciones*, *Reflexiones diarias*, *Llegamos a creer*, *Como lo ve Bill*, *Viviendo sobrio*, y más. Cada título está disponible en diversos formatos y también en varios idiomas. Además, AAWS publica más de sesenta folletos sobre una multitud de temas. Además de los materiales aprobados por la Conferencia, AAWS publica artículos de servicio, como guías, boletines y boletines informativos, informes y directorios de AA.

AA Grapevine, Inc. publica una revista mensual, el *Grapevine*, en inglés, así como una

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

revista bimestral en español, *La Viña*. Además, el Grapevine publica libros derivados de las revistas, de los cuales *El lenguaje del corazón*, la recopilación de los escritos para el Grapevine de Bill W., es el más vendido. El Grapevine cuenta con una sólida presencia multimedia, que incluye una página web con los archivos del *Grapevine*, así como un pódcast, cuentas en Instagram y YouTube, y un correo electrónico diario.

Estrategia

Desarrollar una amplia variedad de materiales diseñados para transmitir el mensaje de recuperación y articular los principios del programa de AA.

Publicar las experiencias históricas y contemporáneas de los miembros de AA en recuperación mediante sus historias personales.

Asegurar que el contenido de AA llegue a la audiencia más amplia posible por medio de diversas tácticas:

- Traducir materiales a varios idiomas, principalmente al español y al francés en Estados Unidos y Canadá.
- Crear una amplia variedad de formatos para que el mensaje de recuperación pueda llegar a la Comunidad de la forma en que prefieran recibir el contenido.
- Desarrollar diversos formatos accesibles para garantizar que el mensaje pueda llegar a las personas con distintos problemas de accesibilidad. Y complementar esa estrategia de formato con estrategias de distribución, para llegar a públicos como las personas privadas de libertad.
- Desarrollar contenidos específicos para llegar al amplio espectro de la Comunidad, y para que nuestros diversos miembros puedan sentirse fácilmente integrados en el programa. Desde los miembros negros e hispanos hasta los jóvenes y las personas LGBT, así como los de diversas confesiones religiosas, y muchos más.
- Desarrollar contenidos específicos para llegar a las personas ajenas a la Comunidad que sirven como importantes canalizadores de los alcohólicos enfermos que aún sufren al programa; entre ellos, los profesionales de la medicina, los recursos humanos, la abogacía y las instituciones penitenciarias, así como los líderes religiosos y los educadores.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Avance

Folletos revisados publicados este año:

- *¿Es AA para Usted?*
- *Esto es AA*

Nuevos libros de AA Grapevine y La Viña publicados este año:

- *Diversión en sobriedad*
- *Sobriedad emocional*

Administración de las interrupciones en la cadena de suministro y de los pedidos pendientes

Las interrupciones en todo el mundo relacionadas con el papel, la impresión, la fabricación, el transporte por camión y otras entregas siguen aquejando a la cadena de suministro y provocando retrasos en los pedidos de libros y otros artículos en toda la industria editorial. Esto ha provocado el retraso en las fechas de reabastecimiento de varios títulos y, en consecuencia, un aumento drástico del número de títulos agotados.

Revisiones a *El Manual de Servicio de AA*

Se han detectado varios errores en la edición más reciente de *El Manual de Servicio de AA*. Ya se está corrigiendo.

Error de impresión en *Doce Pasos y Doce Tradiciones*

Se detectó un error de imprenta en la impresión más reciente del *Doce Pasos y Doce Tradiciones*, y se imprimió e insertó una hoja de fe de erratas para señalar el error. Ya están disponibles para realizar pedidos seis ediciones diferentes en inglés con fe de erratas.

Acciones en curso

Revisiones de la literatura en curso

- Quinta edición del Libro Grande
 - Se está preparando la quinta edición del Libro Grande, *Alcohólicos Anónimos*, que incluirá una actualización de las historias para representar mejor a los miembros actuales, teniendo en cuenta la acción recomendable de 1995, según la cual: “Las primeras 164 páginas del Libro Grande, *Alcohólicos Anónimos*, el Prefacio, los Prólogos, ‘La

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

opinión del médico’, ‘La pesadilla del Dr. Bob’, y los Apéndices, permanezcan tal como están”. El borrador de la quinta edición del Libro Grande incluirá un nuevo prólogo, un prefacio actualizado, y actualizaciones para ampliar las ideas existentes en los apéndices III y V. Se han sometido a consideración 2,500 nuevos relatos, mismos que se encuentran actualmente en evaluación.

- Cuarta edición del libro *Alcohólicos Anónimos* en español
 - Se está preparando la cuarta edición del libro, en el que se incluirá una actualización de las historias para plasmar mejor la composición de los miembros actuales. Se han enviado historias nuevas para su consideración, y actualmente están siendo revisadas.
- Libro Grande en lenguaje simple y llano
 - *Alcohólicos Anónimos* (cuarta edición en inglés) está siendo traducido a un lenguaje simple y llano, elaborado de modo que sea accesible y de fácil identificación para el público más amplio posible.
- Revisiones de *Doce Pasos* y *Doce Tradiciones*
 - En primer lugar, se está realizando una revisión de la página 115 [en español] del libro *Doce Pasos* y *Doce Tradiciones*, sustituyendo la expresión *sexo opuesto* por la palabra *pareja*, y se añadirá una nota a pie de página para contextualizar el cambio en su relación con la inclusividad.
 - En segundo lugar, se revisará la oración en la que se encuentra la frase “ni que su lujuria le incite a violar”, en el segundo párrafo de la página 63 [en español], en el capítulo sobre el Sexto Paso, para hacer referencia a los siete pecados capitales sin mencionar específicamente los ejemplos —que son graves por naturaleza—, y se añadirá una nota a pie de página para proporcionar contexto en cuanto a la base del cambio.
- Se está revisando el libro *Viviendo sobrio* para añadir un texto relativo a la seguridad y a AA.
- Se están actualizando varios folletos existentes para plasmar mejor la composición actual de los miembros.
- Se está actualizando *AA para el alcohólico negro y afroamericano*, para incluir nuevas historias y un nuevo título respetuoso e inclusivo.
- Se está revisando *Preguntas frecuentes acerca de AA*, omitiendo el texto de la página 14 [en español] “tales como café, emparedados, pasteles o cualquier otra cosa que se sirva”.
- Se está revisando *Preguntas y respuestas sobre el apadrinamiento* para

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

actualizar la redacción referente a la sugerencia de que tanto el padrino o madrina y la persona apadrinada sean del mismo sexo, en la página 12 [en español].

- Se está actualizando *AA para los nativos norteamericanos*, para utilizar un lenguaje respetuoso e inclusivo con todos los pueblos indígenas, así como para añadir nuevas historias y actualizar las inexactitudes contenidas en el folleto actual.
- Se está revisando *Preguntas y respuestas sobre el apadrinamiento* para añadir texto referente a la seguridad y AA.
- *Las Doce Tradiciones Ilustradas* está siendo actualizado con ilustraciones y un texto contemporáneo que no resulte ofensivo.
- El folleto *Los Doce Pasos ilustrados* está siendo actualizado con nuevas ilustraciones, teniendo presente el color, las expresiones diversas de la espiritualidad, y una interpretación accesible del significado de las ilustraciones.
- Se está actualizando *Los Jóvenes y AA* para plasmar mejor las experiencias de los jóvenes actuales en AA.
- Se está actualizando *Alcohólicos Anónimos en su comunidad (SP-31)* para brindar información más actualizada a profesionales que trabajan con alcohólicos.
- El folleto *AA para el alcohólico de edad avanzada: nunca es demasiado tarde* está siendo actualizado para plasmar mejor las experiencias de personas actualmente mayores de 60 años que logran la sobriedad en AA.
- *Para profesionales: cómo AA “une las orillas” para ayudar a los alcohólicos* está siendo actualizado, se está actualizando para mantenerlo vigente e inclusivo, para llegar a un ámbito más amplio de entornos de tratamiento en cuanto a los servicios de contacto temporal.
- *¿Hay un alcohólico en su vida?* está siendo actualizado.

Desarrollo de nuevos folletos

- La *Encuesta de los miembros de AA de 2022* se encuentra en desarrollo para compartir los resultados de la encuesta de los miembros efectuada en 2022.
- Se está adaptando y produciendo una animación en video del folleto *Los Doce Conceptos para el Servicio Mundial Ilustrados* (publicado actualmente por la Junta de Servicios Generales de AA en Gran Bretaña).

Producción de audiolibros

- Audiolibro *Reflexiones diarias*

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Las correcciones en español y francés fueron narradas y grabadas, sustituyendo los errores, y terminadas en la posproducción. Se prevé que se pueda descargar en marzo de 2023.

Producción de videos

- El video en lenguaje de señas de Québec (LSQ y QSL, por sus siglas en francés e inglés, respectivamente) del folleto *Acceso a AA: los miembros hablan sobre superar las barreras*. Producción finalizada.

Actualización de la distribución digital

Las ventas digitales se administran por medio de Ingram CoreSource, socio distribuidor de AAWS. Ventas netas (de enero de 2022 a septiembre de 2022): 143,394 dólares por 73,371 unidades.

Los cinco artículos principales (en los últimos treinta días):

- *Alcohólicos Anónimos*, cuarta edición (audiolibro).
- *Alcohólicos Anónimos*, cuarta edición (libro electrónico).
- *Doce Pasos y Doce Tradiciones* (libro electrónico).
- *Doce Pasos y Doce Tradiciones* (audiolibro).
- *Reflexiones diarias* (audiolibro).

Accesibilidad

El video en lenguaje de señas del folleto *Acceso a AA: los miembros hablan sobre superar las barreras* está en proceso de producción, con el talento seleccionado, y la traducción está en marcha; la producción del video está programada para el segundo trimestre de 2023.

Proyecto de audio sobre las fuerzas armadas: se están desarrollando entrevistas de audio, con protección del anonimato, con profesionales de las fuerzas armadas sobre su experiencia con AA como un recurso, para publicar en línea.

Los artículos de literatura de AAWS más vendidos en 2022

Inglés

1. El Libro Grande, tapa (pasta) dura

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

2. El Libro Grande, tapa blanda (en rústica)
3. *¿Es AA para Usted?*
4. *Un principiante pregunta...*
5. *AA de un vistazo*
6. *Preguntas y respuestas sobre el apadrinamiento*
7. *Esto es AA*
8. *Doce Pasos y Doce Tradiciones*, tapa blanda
9. *Doce Pasos y Doce Tradiciones*, tapa dura
10. *Problemas diferentes del alcohol*

Español

1. *AA de un vistazo*
2. Hoja informativa de AA
3. *¿Adónde voy de aquí?*
4. *Problemas diferentes del alcohol*
5. *Doce Pasos y Doce Tradiciones*, tapa blanda
6. *Un mensaje a los adolescentes*
7. El Libro Grande, tapa dura.
8. *Viviendo Sobrio*
9. *¿Es AA para mí?*
10. *Preguntas frecuentes acerca de AA*

Francés

1. Hoja informativa "Cómo funciona"
2. Hoja informativa de AA
3. *¿Adónde voy de aquí?*
4. *¿Es AA para usted?*
5. *Problemas diferentes del alcohol*
6. *AA de un vistazo*
7. *Un principiante pregunta...*
8. *Esto es AA*
9. El Libro Grande, tapa dura.
10. *Muchas sendas hacia la espiritualidad*

Los títulos de AAGV más vendidos en 2022 (inglés, español y francés)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

1. *Oración y meditación*
2. *Sobriedad emocional: la próxima frontera*
3. *El lenguaje del corazón*, tapa blanda
4. *Diversión en sobriedad*
5. *Mujeres en AA*
6. *Sobriedad emocional II*
7. *El lenguaje del corazón* (español)
8. *Voces de mujeres en AA*
9. *Libre interiormente*
10. *El lenguaje del corazón*, tapa dura

Siguientes pasos

Dada la naturaleza plurianual del proceso de publicación de libros y folletos por parte de AAWS, la mayoría de los proyectos en curso continuarán en 2023 y algunos mucho más allá. Es probable que de la Conferencia de 2023 se desprendan trabajos adicionales.

El Grapevine planea, tentativamente, publicar dos nuevos libros en 2023, incluyendo uno en español.

El Grapevine está examinando el desarrollo de una aplicación para dispositivos móviles que proporcionará acceso a las numerosas funciones y formatos de AAGV por un precio mensual asequible.

Boletines de la OSG

- *Box 4-5-9*: publicación trimestral; los artículos especiales se centran en la información pública, la cooperación con la comunidad profesional y las actividades de los centros penitenciarios y de tratamiento; ediciones en inglés, francés y español. Las suscripciones digitales son gratuitas y están disponibles visitando aa.org.
- *Acerca de AA*: publicación semestral; destinada a informar a los profesionales interesados en el alcoholismo (el único boletín dirigido principalmente a personas ajenas a AA). Ediciones en inglés, francés y español. Las suscripciones digitales son gratuitas y están disponibles visitando aa.org.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- *Reunión de Solitarios e Internacionalistas* (LIM, por su acrónimo en inglés): boletín bimestral confidencial de los miembros de AA solitarios, de los *hogareños* (miembros confinados en casa), y de los *internacionalistas* (miembros de AA que trabajan en el mar); extractos de correspondencia y listas de nombres y direcciones de los miembros de LIM que deseen mantener correspondencia entre sí.
- *Informe trimestral*: cubre las actividades de la Junta de Servicios Generales, incluyendo AA World Services, Inc. y AA Grapevine, Inc. Ediciones en inglés, francés y español.
- *Compartiendo desde detrás de los muros*: cuatro números al año; contiene extractos de cartas de personas bajo custodia recibidas en la OSG y distribuidas por los comités locales de Correccionales a los grupos de AA que se encuentran detrás de los muros. Ediciones en inglés, francés y español.

Literatura en entornos correccionales

Los libros electrónicos y audiolibros con derechos de autor de AAWS y Grapevine aprobados por la Conferencia están disponibles en *tablets* y computadoras de escritorio en centros correccionales, prisiones y cárceles. Ahora pueden acceder a ellas las personas encarceladas y los profesionales que las asisten.

Estrategia

El Grapevine y AAWS siguen trabajando para concertar contratos con los proveedores que suministran *tablets* en los centros penitenciarios de Estados Unidos. La intención es seguir ampliando el número de proveedores con los que tenemos contratos y aumentar la variedad de artículos de literatura de AA disponibles. El grupo de trabajo sobre instituciones correccionales canadienses fue creado para ayudar a distribuir la literatura mediante *tablets* en Canadá, y para aumentar la concienciación y la participación en el servicio de correspondencia para instituciones correccionales.

Informe de avance

El número actual de *tablets* administradas es de aproximadamente 317 mil, pero pronto aumentará a más de 400 mil en todo Estados Unidos.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Estadísticas actuales

- GTL y Edovo (estos son proveedores para la distribución de contenido)
 - *Tablets*: un total de 117,100 en 209 instalaciones distribuidas en 44 áreas.
 - Libros electrónicos: 12 títulos en inglés, nueve en francés y español.
 - En el período de marzo a noviembre se produjeron 4,855 nuevos inicios y 694 compleciones.
 - Audiolibros: tres títulos en inglés, francés y español, con 13,892 inicios totales, y 9,724 compleciones.
 - El Libro Grande y *Viviendo sobrio* son los audiolibros que más se descargan. Actualmente estamos finalizando la producción del audiolibro de *Reflexiones diarias* (cuya publicación tendrá lugar durante el primer trimestre de 2023).

- Securus Jpay: (portal educativo Lantern)
 - *Tablets*: un total de más de doscientas mil en 240 instalaciones.
 - Los mismos libros electrónicos (no audiolibros) que por medio de GTL y Edovo.
 - Aún no se ha tenido acceso a los informes.

- Ingram CoreSource: OverDrive (bibliotecas e instituciones)
 - La misma selección en libros electrónicos y audiolibros está disponible para su acceso por medio de las bibliotecas institucionales y en los lugares que utilizan el sistema de este proveedor (principalmente las cárceles).
 - Todavía no hemos recibido los informes; se está rediseñando el tablero de mando del proveedor.

Colaboración con proveedores nuevos

- ViaPath se ha fusionado con GTL (el brazo tecnológico de Edovo).
- *Tablets*: muy pronto, nuestras publicaciones se incluirán en más de 200 mil *tablets* adicionales, para que puedan acceder a ellas las personas que se encuentran bajo custodia en los 50 estados.
- El portal educativo “Learner”, de CypherWorx, podría alimentarse

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

pronto con nuestros artículos (actualmente, en fase exploratoria; el objetivo es una posible puesta en marcha en 2023).

Literatura disponible en el presente

AAWS (inglés / español / francés)

- *Alcoholics Anonymous / Alcohólicos Anónimos / Les Alcooliques Anonymes*
- *Twelve Steps and Twelve Traditions / Doce Pasos y Doce Tradiciones / Les Douze Étapes et les Douze Traditions*
- *Daily Reflections / Reflexiones Diarias / Réflexions quotidiennes*
- *Living Sober / Viviendo sobrio / Vivre... sans alcool!*
- *Alcoholics Anonymous Comes of Age / Alcohólicos Anónimos llega a su mayoría de edad / Le Mouvement des Alcooliques anonymes devient adulte*
- *Came to Believe / Llegamos a Creer / Nous en sommes venus à croire*
- *Dr. Bob and the Good Oldtimers / — / —*
- *As Bill Sees It / Como lo ve Bill / Réflexions de Bill*
- *Experience, Strength & Hope / — / Expérience, force et Espoir*
- *AA in Prison: Message of Hope / — / Les AA en prison: d'un detenu a l'autre*
- *Pass It On / — / —*
- *Our Great Responsibility / — / —*

Grapevine

Inglés / español:

- *The Language of the Heart / —*
- *The Beginners Book / —*
- *Voices of Women in A.A. / —*
- *Step by Step / Frente a Frente*
- *One on One / —*
- *No Matter What / —*
- *Making Amends / —*
- *Happy, Joyous and Free / Felices, alegres y libres*
- *Real AAs, Real Recovery / —*
- *— / Un día a la vez*

Audiolibros en inglés:

- *The Language of the Heart*

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- *The Twelve Traditions*
- *The Best of Bill*
- *It Works If We Work It*

Audiolibros en español:

- *Lo mejor de Bill*
- *Las Doce Tradiciones y el bienestar de AA (volúmenes 1 y 2)*

Revistas Grapevine

- Ediciones de julio sobre correccionales desde 2015.

Revistas La Viña

- Ediciones de julio–agosto desde 2015.
- Material adicional por conducto de ViaPath (GTL-Edovo)
- En mayo, también creamos una lista de reproducción de AudioProject (audio producido por los miembros) específicamente para ViaPath (GTL-Edovo), intitulada “Un nuevo comienzo”.
- Lo mejor de La Viña

Audiolibros Jpay

- *The Language of the Heart*
- *Step by Step*
- *The Daily Quote Book*
- *Spiritual Awakenings*
- *The Best of Bill*

Acciones en curso

AAWS y el Grapevine siguen trabajando con los principales proveedores para proporcionar literatura en las *tablets* de los centros penitenciarios y seguir incrementando el número de artículos de literatura disponibles en las mismas.

El miembro del personal de Correccionales enviará informes actualizados trimestrales a la Comunidad, para proporcionar información sobre cualquier medida continua que puedan emprender para asegurar que la literatura se ponga a disposición de los miembros bajo custodia. El miembro del personal de Correccionales elabora también un informe mensual de avance de la literatura a la que han accedido los miembros, por área y centro penitenciario.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Siguientes pasos

Se está planificando la realización de demostraciones por parte de los proveedores para que las personas bajo custodia puedan acceder a la literatura en las *tablets*, para ayudarnos en este servicio e informar a nuestros comités y a la Comunidad.

El grupo de trabajo de correccionales canadienses se reunirá con CSC y proporcionará un informe actualizado sobre el uso de las *tablets* en Canadá.

Sección 7: Redes sociales

Canal de AAWS en YouTube

El actual canal en YouTube de AAWS comenzó a funcionar en 2017. Contamos con más de siete mil ochocientos suscriptores en el canal, en el que se han subido más de cien videos.

Los videos comprenden videos informativos para los miembros de la Comunidad, los médicos y los patrones, así como todos los anuncios de servicio público en video actuales. Gracias a la analítica web de YouTube, podemos hacernos una idea de las características demográficas de los visitantes de nuestro canal; por ejemplo, su ubicación geográfica, su edad y género.

Estrategia

- Crear un canal de video en línea para acceder a los videos en línea desarrollados por Alcohólicos Anónimos con un diseño limpio y atractivo.
- Alojjar los contenidos de video de AAWS, ofreciendo a las estructuras de servicio locales y a los intergrupos una función para incorporar los contenidos de video directamente en sus sitios web locales.
- Compartir los contenidos de video de AAWS de forma más amplia en un medio de comunicación contemporáneo, a la vez que se mejora considerablemente la capacidad de encontrar videos en línea.

Acciones en curso

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Debido a la inquietud por el hecho de que YouTube transmita otros videos y anuncios, antes y después del que nosotros subimos, hemos publicado descargos de responsabilidad, para realzar nuestra Tradición de no afiliación. Los videos que se sugieren son una colección personalizada de los videos que a cada espectador le pudiera interesar ver a continuación, basándose en su actividad anterior. AAWS no puede controlar que se sugieran videos, pero estamos añadiendo una descarga de responsabilidad al final de cada video, y procuramos optimizar nuestra analítica web en YouTube, para que los videos que se sugieran sean apropiados y relevantes. Con todo, al igual que un anuncio de servicio público de televisión, no tenemos un control absoluto sobre qué anuncio, comercial o video sugerido aparecerá después de nuestro video.

Lo más importante que podemos hacer al establecer y ampliar nuestro canal en YouTube es consolidar una marca coherente, y enfocarnos en ir añadiendo contenido de buena calidad. Aunque es importante optimizar los videos que ya tenemos, es esencial crear un calendario de publicación y considerar formas de utilizar el contenido de AA con que contamos; transferirlo al formato de video es aún más crucial. Un canal en YouTube sin contenido reciente, frecuentemente actualizado, se estanca, al ir perdiendo el interés los espectadores. Podemos perder los beneficios potenciales de la relación con Google y YouTube si no mejoramos continuamente nuestro canal.

Podemos utilizar la analítica web con la que contamos para guiarnos para programar nuestros videos. Es evidente que la gente que trabaja en el campo del cuidado de la salud, y otros, ya están usando nuestro canal. ¿De qué otra forma podemos dar a conocer el mensaje a las personas que trabajan con alcohólicos y hacer que nuestro canal les sea accesible y atractivo? ¿Cómo les hacemos saber que tenemos un canal?

Los videos incluyen una combinación de videos aprobados por la Conferencia y videos relacionados con el servicio que son aprobados por el miembro del personal, siguiendo los mismos procesos en vigor para literatura similar.

Se está trabajando en adaptar nuestros videos conforme a las mejores prácticas para ayudar a la plataforma a encontrar y distribuir mejor nuestros contenidos a los espectadores:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Un cuadro al final que diga “Suscríbase al canal”. (Estatus: disponemos de un pequeño botón en la mayoría de los videos —si no en todos— que conduce a la suscripción; pero no hemos añadido un botón grande de suscripción, debido a preocupaciones sobre la “promoción”).
- Una lista de reproducción de promoción de videos o un aviso al final, subido recientemente (estatus: tenemos varias listas de reproducción, pero no estamos generando suficientes contenidos nuevos de manera continua como para justificar un desarrollo adicional).
- Un título atractivo y apto para la optimización de motores de búsqueda (estatus: implementado para todos los videos).
- Una imagen en miniatura adecuada que corresponda con el video y capte la atención del espectador. (Estatus: forma parte del proyecto de renovación de la marca).
- Deben utilizarse siempre descripciones y etiquetas, incluidas las mejores prácticas para la inclusión de palabras clave (estatus: implementado para todos los videos).
- Utilizar los estándares de la industria en materia de subtitulación para aumentar la accesibilidad de los videos (estatus: en curso).

Además, se está trabajando para presentar una nueva marca de video, sustituyendo las cortinillas que demoran nuestro proceso de creación y publicación de videos. Gracias a este único cambio, podremos avanzar mucho más rápido en la publicación y creación de contenidos de video.

Siguientes pasos

- Seguir añadiendo la mayoría de los contenidos de video —si no todos— al canal en YouTube. (Nota: algunos contenidos orientados a la Comunidad, que no serían comprendidos por el público en general fuera del contexto de aa.org, no se publican en el canal público en YouTube).
- Avanzar a la fase 2 de investigación / actualización de palabras clave, para hacer aún más eficiente la optimización de motores de búsqueda.

Canal del Grapevine en YouTube

El canal en YouTube de AAGV y La Viña cuenta actualmente con más de nueve mil suscriptores. Normalmente, en un mes se ven unos dos mil ochocientos videos. Los videos más populares del canal alcanzan entre cien y quinientas visualizaciones mensuales, cada uno. En un mes normal, entre uno y tres de los diez videos más

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

vistos corresponden al español. Los temas incluyen información sobre el Grapevine y La Viña, e historias grabadas por miembros de la Comunidad que se presentan en formato de audio únicamente, para proteger el anonimato.

Linkedin para AAWS

Linkedin funciona como plataforma de red social de profesionales y hospeda más de seiscientos millones de perfiles de profesionales, así como 55 millones de empresas listadas en el sitio. La presencia de AAWS en Linkedin nos permitirá comunicar y compartir nuestra misión con la comunidad de profesionales, brindándoles contenido relevante e informativo.

Cuando el Comité de Cooperación con la Comunidad Profesional de la Conferencia de 2018 aprobó el canal de Linkedin, ellos establecieron el siguiente objetivo específico y uso del perfil:

- Ofrecer otro recurso digital, aparte de www.aa.org, en el que los profesionales puedan encontrar información precisa sobre AA.
- Ampliar el impacto del boletín *Acerca de AA* para los profesionales.
- Proporcionar una plataforma en la que nuestros amigos profesionales puedan recomendarnos.
- Dar a conocer las exposiciones realizadas por los comités locales del CCP en las conferencias nacionales y locales de profesionales.
- Ampliar la red de nuestros amigos profesionales y, posiblemente, incrementar la reserva de candidatos a custodia clase A.
- Afirmar entre los profesionales la relevancia permanente y la eficacia de AA.

Estatus actual

El miembro del personal de CCP trabaja en estrecha colaboración con el Departamento de Servicios de Comunicaciones para establecer un calendario de contenidos y la periodicidad de las publicaciones. Actualmente, publicamos dos veces al mes. Entre las publicaciones recientes se incluyen una lista de exposiciones de AA en conferencias nacionales, recursos de AA para la comunidad profesional, información de apoyo para hispanohablantes con problemas de alcoholismo que buscan ayuda, y explicaciones sobre los Pasos y las Tradiciones de AA. La cuenta de Linkedin también es utilizada por el Departamento de Recursos Humanos de la OSG para publicar las vacantes actuales.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Estrategia y tácticas de contenido

El algoritmo de resultados de búsqueda de LinkedIn depende de la frecuencia y relevancia del contenido. En el presente, no aparecemos en una búsqueda de “AA”; solamente si se busca “Alcoholics Anonymous World Services, Inc.”. El Departamento de Comunicaciones de AAWS y Cooperación con la Comunidad Profesional han identificado y priorizado la publicación del siguiente contenido:

Prioridad elevada:

- Números de “Acerca de AA”.
- Notas de prensa: siete al año con Información Pública.
- La carta anual de anonimato, con enlaces a recursos adicionales sobre el anonimato.
- Videos nuevos que sean apropiados para los profesionales.
- Anuncios de vacantes (para las Juntas y Nombramientos).
- Oportunidades de empleo (en la Oficina y Recursos Humanos).
- Eventos de AA organizados por la OSG o en los que estarán presentes los miembros de la Junta o de la Oficina. Específicamente, cualquier evento al que los profesionales puedan asistir como invitados. Ello puede incluir las conferencias de profesionales en las que AA pueda tener una exhibición de CCP.
- Buscar recursos en el Grapevine y La Viña que sean relevantes para los profesionales.
- Los *hashtags* para las publicaciones en LinkedIn en inglés están aprobados y se están usando.

Prioridad baja:

- Puntos destacados de videos relacionados con CCP e IP.
- Puntos destacados de recursos y literatura de CCP e IP para incluir preguntas frecuentes y contenido breve y directo.
- Consultar los números más antiguos de “Acerca de AA” que contengan artículos que sigan siendo relevantes.
- Carta abierta dirigida a profesionales en el campo de la salud.
- Destacar el canal en YouTube como un recurso.
- Quiénes son y qué hacen los custodios clase A (en la página de LinkedIn, al referirse a los custodios clase A debe decirse “custodios no alcohólicos”, lo que permitirá a los profesionales entender la diferencia entre los clase A y los clase

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

B).

- Alentar a los custodios clase A a enlazarse en la página como un recurso. Considerar la posibilidad de volver a enlazar sus artículos de presentación en los boletines informativos y posiblemente añadir sus fotos de perfil.

Siguientes pasos

A continuación, se presenta una lista de los siguientes pasos potenciales que podrían considerarse para ampliar la utilización y visibilidad de AA en LinkedIn. Todo tema sugerido se evaluará cuidadosamente conforme a nuestros principios y a su mérito y viabilidad.

- Reproducción en LinkedIn

El material de video en las redes sociales es sumamente atractivo. Podemos colocar enlaces con la página de videos en aa.org, pero el video no se reproducirá en la plataforma LinkedIn a menos que lo subamos directamente ahí. En el presente, no solemos subir nuestro material a otras plataformas, sino que dirigimos a las personas a aa.org (lo cual representa un obstáculo considerable para aumentar la participación en LinkedIn).

- Recordatorios en video para el calendario después de las notas de prensa. Podemos publicar un comunicado de prensa en relación con los nuevos anuncios de servicio público, y colocaremos publicaciones individuales en el calendario uno o dos meses después, para llamar la atención sobre cada video y que sirva como recordatorio del contenido anterior.
- Buscar formas de incrementar el número de seguidores y suscriptores, para ofrecer información a un público más amplio. Esto puede vincularse a la estrategia de proporcionar publicaciones dirigidas a la categoría de profesionales, con preguntas frecuentes o malentendidos, y animarlos a que se pongan en contacto con el despacho de CCP.
- Considerar la posibilidad de organizar seminarios web en LinkedIn o de emitir en directo con custodios clase A (no alcohólicos), visibles en pantalla, y alguien del CCP, no visible, en un formato de preguntas y respuestas o del tipo “¿Sabía usted?”.
- Emplear la analítica web de LinkedIn para ayudarnos a darle forma al trabajo que estamos realizando.
- Esperamos ampliar la investigación de *hashtags* en español y francés con el

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

nuevo Departamento de Servicios Lingüísticos en funcionamiento.

Instagram

Actualmente, la cuenta de Instagram de AAGV cuenta con más de ocho mil seguidores en Grapevine y mil en La Viña, y aumenta cada día. En el caso del Grapevine, los mensajes suelen recibir en promedio unos cien “me gusta”. Por lo general, el Grapevine publica dos veces al día. Entre las publicaciones se cuentan la reflexión diaria, citas inspiradoras, avisos de nuevas revistas y libros, eventos próximos, caricaturas y humorismo, fotografías de eventos de AA, etcétera. Las publicaciones más destacadas del año fueron en su mayoría “Lo escuché en AA”, citas diarias y caricaturas. Las publicaciones con menos “me gusta” solían referirse más directamente a ofertas o productos de la página web; animaban a suscribirse al boletín de noticias o a la revista. En cuanto a La Viña, las publicaciones más populares son más bien citas inspiradoras, convocatorias para el envío de fotografías y fotos de eventos. Las publicaciones de La Viña reciben generalmente unos treinta “me gusta”.

En cumplimiento de la misión de AAGV, las publicaciones en ambas cuentas están dirigidas principalmente a los alcohólicos “dentro y fuera de estas salas”. También deseamos comunicarnos con los profesionales que han sido un medio para ayudarnos a llegar a los alcohólicos. En ambas cuentas de Instagram, los comentarios están desactivados. Se ha puesto en operación una estrategia de *hashtags* para incrementar la visibilidad

Siguientes pasos

Actualmente, AAWS no tiene una cuenta en Instagram, pero se evaluará si deberá tener una. Varias cuentas están haciéndose pasar por AAWS, lo que podría confundir a los miembros o a los miembros potenciales que intentan encontrarnos en Instagram. La cuenta del Grapevine en Instagram ha tenido mucho éxito en cuanto a atraer una buena cantidad de suscriptores, indicando una base de seguidores. Una cuenta de AAWS podría funcionar conjuntamente con la cuenta del Grapevine, cada una potenciando el alcance de la otra mediante enlaces y etiquetas, a la vez proporcionando contenidos útiles para nuestra audiencia.

Comentarios

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Por el momento, por decisión de una Conferencia anterior, los comentarios están desactivados en la medida de lo posible en nuestras cuentas de redes sociales, concretamente en los canales de YouTube, LinkedIn e Instagram del Grapevine. Esta decisión se tomó, en parte, para restringir la posibilidad de que los miembros rompieran su propio anonimato en los comentarios sobre nuestro contenido, y, por otra parte, para evitar que alguien dijera algo despectivo o inexacto sobre AA en nuestro contenido.

Las redes sociales y nuestra presencia en línea han evolucionado mucho desde que se tomó esta decisión. Los comentarios y la participación son factores clave en los algoritmos de visibilidad de las redes sociales. Al desactivar los comentarios, estamos obstaculizando nuestra visibilidad en estas plataformas y dificultando nuestra capacidad para transmitir el mensaje, en el intento desacertado de vigilar el comportamiento de nuestros miembros.

En cambio, en los lugares en los que no hemos podido restringir los comentarios — como los listados de empresas en línea—, la experiencia ha sido positiva. Incluso los comentarios más negativos nos han dado la oportunidad de corregir la información errónea y relacionarnos con el público. Los comentarios han demostrado ser una gran oportunidad para informar al público, que podría extenderse a todas nuestras plataformas de redes sociales.

Sección 8: Aplicaciones

Aplicación Meeting Guide

Objetivo

- Comunicar a las personas el mensaje de recuperación de AA, poniéndolas en contacto con las reuniones locales de AA.
- Relacionar a las personas con la estructura de servicio de AA.
- Servir como instrumento esencial para las labores de Paso Doce.

Estrategia

El equipo de soporte de la aplicación tiene reuniones estratégicas habituales en las que el equipo revisa la lista de proyectos pendientes, entre los que se incluyen la captación de clientes, las solicitudes de características de las entidades, los errores,

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

las solicitudes de características de los usuarios, la captación de entidades, las mejoras en la distribución y los canales, las mejoras en el *back-end*, la mejora del acceso a las entidades y las mejoras en los datos.

Puntos destacados

- Lista fidedigna y correcta de las reuniones de AA.
- Enlaces para comprar literatura y leer las reflexiones diarias.
- Información de contacto de las entidades de servicio de AA.
- Anuncios de la OSG.

Siguientes pasos

- Evaluar qué tan bien estamos cumpliendo con nuestros objetivos.
 - ¿Siguen los grupos queriendo unirse?
 - ¿Sigue la gente utilizando la aplicación?
 - ¿Utilizan las personas las funciones de la aplicación?
- ¿Qué podríamos añadir o cambiar en la aplicación Meeting Guide para potenciar el impacto de AA?
 - ¿Hay algo que no nos esté funcionando?
 - ¿Qué podríamos mejorar?
- ¿Qué es lo que tanto nuestros usuarios actuales como los futuros considerarán valioso, así como los proveedores de información?
 - ¿Qué están solicitando?

Consideraciones sobre el entorno

- Distintas necesidades de formatos de asistencia (en línea o presencialmente).
- La responsabilidad que implican los datos de las reuniones.
- Los límites geográficos se vuelven imprecisos.

Funciones principales de la aplicación

- Listar las reuniones que coincidan con los criterios del usuario.
 - Posibilidad de encontrar reuniones en línea de forma nativa.
 - Posibilidad de especificar fácilmente los criterios de búsqueda.
 - Posibilidad de delimitar su ubicación mediante un filtro o un mapa.
 - Posibilidad de ver los resultados conforme al idioma.
- Ponerse en contacto con las entidades locales.
 - Proporcionar contactos de ayuda.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Adquisición de literatura.
- Acceso a soporte técnico y a la documentación.
- Comunicar a los usuarios anuncios relevantes.
 - Anuncios de la OSG y el Grapevine dirigidos a toda la Comunidad.
 - Posibilidad de acceder a los anuncios locales (característica futura).

Administración

- El Departamento de Servicios de Comunicaciones de la OSG es responsable del soporte y mantenimiento de la aplicación.
- El gerente de Productos Digitales se encarga de administrar las operaciones diarias, incluyendo:
 - Estrategia.
 - Ayuda a usuarios.
 - Liderar al equipo de la aplicación.
 - Interacción con el proveedor.
- Comité de Servicios de Tecnología y Comunicaciones de la Junta de AAWS.
 - Cualesquiera iniciativas que puedan entrar en conflicto con la política existente aprobada por la Junta deberán ser aprobadas por la Junta.
 - Las iniciativas o solicitudes presupuestarias que superen un importe de gastos típico serán discutidas con la Junta.
 - Los informes trimestrales de la Junta proporcionan los puntos destacados y la analítica web.

Implementación

- Administrar los cambios.
- Elaborar planes y presupuestos anuales de implementación.
- Idear una forma de registrar los progresos.
- Desarrollar sistemas de seguimiento y evaluación continuos.

Operaciones

- Apoyo a los usuarios de la aplicación y a las entidades, proporcionado por el Departamento de Servicios de Comunicaciones de la OSG.
- Hacer uso de la herramienta de correo electrónico que facilita la asistencia multipersonal y permite el seguimiento de los *tickets* de servicio.
- Brindar soporte técnico sobre el *back-end* en colaboración con el proveedor de mantenimiento.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Desarrollo y mantenimiento

- Disponemos de un proveedor contratado para las tareas de mantenimiento y desarrollo.
 - Supervisión de cualquier problema inmediato relacionado con el servidor.
 - Tareas de desarrollo del sitio administrativo de *back-end*.
 - Tareas de desarrollo del *front-end* (interfaz de usuario).
 - Reunirse periódicamente con el equipo de la OSG para establecer prioridades.
- Cómo se identifican y priorizan las nuevas iniciativas.
 - Regular la periodicidad de las reuniones de equipo para revisar el trabajo atrasado de ideas e iniciativas.
 - Revisión de la analítica web para identificar cómo se están utilizando las funciones.
 - Se revisan las solicitudes de funciones de los usuarios, prestando especial atención a las más solicitadas.
 - Los comentarios de los usuarios se etiquetan en el sistema de correo electrónico conforme a las solicitudes de características, y luego se vinculan al *ticket* de servicio de trabajo pendiente.
- Preguntas referentes a cada iniciativa
 - ¿En qué medida contribuye esto al objetivo principal de la aplicación?
 - ¿Necesitaremos escalar algún cambio o vincularlo a nuestras otras plataformas para mantener la coherencia?
 - ¿Tendrá que duplicarse en aa.org cualquier nueva funcionalidad o arquitectura de la información?
 - alguna de las funciones propuestas, ¿irá en contra de alguna de las políticas actuales de la oficina? ¿Habrà que revisar o reexaminar alguna de las políticas actuales? Ejemplo: Cómo recopilan y almacenan los registros las entidades; qué entidades incluimos en la lista de aa.org; quién tiene acceso a figurar en la lista y a proporcionar datos.
- Diseño
 - Al considerar cualquier cambio en la interfaz de usuario o en las funciones, se lleva a cabo una investigación exhaustiva y una comparación con las mejores prácticas.
 - La investigación de usuarios puede incluir sesiones individuales y sesiones de sondeo.
- Realización de pruebas

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- El equipo interno de la OSG, el proveedor y el público realizan pruebas beta de cada versión.
- Versiones incrementales, en la medida de lo posible.

Analítica web

La finalidad principal de la analítica web es la recopilación de datos sobre qué funciones se utilizan y cómo, y para ayudarnos a determinar la ruta de la aplicación.

Sección 9: Pasos siguientes del Plan Integral de Medios

El Plan Integral de Medios es un documento dinámico que debe ser mejorado y actualizado anualmente. El objetivo del Plan Integral de Medios de 2023 era ofrecer el panorama más exacto posible de la situación actual de todos los proyectos de IP en curso, tanto en AAWS como en el Grapevine, y causar al mismo tiempo el menor trastorno posible a los miembros de la oficina, así como examinar nuestros esfuerzos a la luz de las normas del sector y ofrecer orientación cuando fuera necesario.

Además de actualizar para el próximo año la información de su estatus, quisiéramos añadir más datos de analítica web y determinar indicadores clave de desempeño, para medir el éxito de cada proyecto. Podría servir como ejemplo establecer metas para la cantidad de nuevos seguidores en la cuenta de Instagram del Grapevine, o reducir la tasa de abandono de visitas al sitio web de AAWS. La forma en que realizamos el seguimiento de la analítica web y cómo estructuramos los informes se encuentra actualmente en un estado de transición. Una vez que las nuevas normas de información entren en vigor, podremos incorporar los datos de desempeño al Plan Integral de Medios.

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia 2022

PUNTO B: Anuncios de Servicio Público (ASP):

1. Evaluar la información sobre distribución y seguimiento de dos ASP en video:
 - i. “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor”.
 - ii. “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”.

Notas de referencia:

Para mirar los dos videos actuales de los anuncios de servicio público, visite la página [“Videos para profesionales, para descargar”](#), en el sitio web de AA de la OSG.

Acción recomendable de Conferencia de la 71.^a Conferencia de Servicios Generales:

Además de la labor de los comités locales, se distribuyan a medios de difusión, sean monitoreados y evaluados centralizadamente, uno o dos ASP, a un costo que no exceda \$60,000, y que la información recopilada en este proceso se presente al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité revisó y aceptó la información de distribución y seguimiento de los ASP en video:

1. “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor”.
2. “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”.

El comité recomienda mejorar nuestro seguimiento y distribución en el futuro para que incluya analítica comparativa con relación a otras organizaciones sin fines de lucro que hacen distribución de anuncios de servicio público.

El siguiente es un correo electrónico de la correspondencia de Connect360 en relación con una distribución renovada por parte de AA, hasta el 27 de junio de 2022.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Más o menos por la fecha establecida a los seis meses para informar, es cuando por lo general observamos que comienza un descenso en el uso en el curso del tiempo. Frecuentemente, las estaciones empiezan a centrarse en campañas más recientes y empiezan a disminuir las emisiones al aire. Por eso, normalmente recomendamos la redistribución o “renovación” de los anuncios de servicio público para darle un segundo impulso a la campaña y mantener su potencia para dar resultados. Esto le da a las difusoras otra oportunidad para emitir al aire los anuncios de servicio público, en caso de que no las hubieran transmitido en un primer momento. En el caso de las estaciones que ya transmitieron los anuncios y los han retirado, esto también ayuda a generar nuevas emisiones. En promedio, típicamente observamos un incremento de entre un 10 y un 25 % de las estaciones que están emitiendo los anuncios de servicio público, luego de haberlos renovado. Utilizamos las nuevas emisiones que hacen las difusoras como punto de referencia para el incremento producto de la renovación, porque el incremento de las emisiones, las impresiones y los valores de medios pueden provenir de las estaciones existentes.

Nota: La renovación de la distribución de nuestros anuncios de servicio público de Alcohólicos Anónimos a las estaciones se llevó a cabo durante la semana del 27 de junio de 2022.

El siguiente es un correo electrónico de la correspondencia de Connect360 que incluye la analítica web de seguimiento de los dos nuevos anuncios de servicio público, hasta el 30 de junio de 2022.

Distribución en los Estados Unidos

Inglés

- Sumamos cinco estaciones nuevas en junio, con presencia en los mercados de Macon, Santa Bárbara, Gainesville y Jonesboro.
- Se siguen realizando emisiones en cinco redes regionales, entre las que se incluyen estaciones de la cadena New England Sports Network y de la cadena Bally Sports Network, en los Grandes Lagos y Ohio.
- Se sigue teniendo cobertura en los mercados más importantes de Atlanta, San Francisco, Seattle, Tampa, Cleveland y San Luis, así como en otros por todo el país.
- Resultados de junio: 5,145 emisiones; 13,081,829 impresiones, y un valor de medios de \$ 850,304.
- Resultados acumulados: 39,978 emisiones al aire; 107,110,312 impresiones, con un valor de medios de \$ 6,167,472.
- El 74 % de las emisiones al aire se lleva a cabo durante las horas de vigilia.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Los dos anuncios que tuvieron el mayor número de emisiones el mes pasado fueron el de “El muro”, de treinta segundos, con 1,361 emisiones, seguido del de “La fiesta”, de treinta segundos con 1,235 emisiones.

Español

- Cuatro estaciones nuevas comenzaron a emitir los anuncios de servicio público el mes pasado, incluyendo la cadena nacional NFL Sunday Ticket y estaciones locales en Colorado Springs y Harlingen.
- Seguimos recibiendo apoyo en cadenas nacionales para emitir los anuncios por parte de Hogar, HGTV, Mexicanal y SBS Mega TV.
- Sigue habiendo transmisiones en los mercados más importantes de Los Ángeles, San Francisco, Houston, Seattle, Phoenix y Miami, entre otros.
- Resultados de junio: 3,852 emisiones al aire; 35,484,264 impresiones; con un valor de medios de \$ 1,711,471.
- Resultados acumulados: 20,808 emisiones; 212,937,838 impresiones; con un valor de medios de \$ 10,385,018.
- El 77 % de las emisiones al aire se lleva a cabo durante los espacios diurnos más prominentes.
- El anuncio “La fiesta” de treinta segundos fue el que tuvo un mayor número de emisiones en junio, con un total de 1,409, seguido de la versión de sesenta segundos de ese anuncio de servicio público, con 957 emisiones.

Totales en inglés y español:

Resultados de junio: 8,997 emisiones; 48,566,093 impresiones, con un valor de medios de \$ 2,561,775.

Acumulado: 60,786 emisiones; 320,048,150 impresiones; con un valor de medios de \$ 16,552,490.

Distribución en Canadá

- En junio, se emitieron adicionalmente 563 veces los anuncios de servicio público canadienses, para un total de 4,641 emisiones al aire.
- Empezaron a registrarse nuevas colocaciones en la cadena nacional Historia, con una cobertura continua que tuvo lugar en otras cadenas nacionales, entre las que se incluyen: Business News Network, Investigation, Much, Réseau des sports (RDS) y RDS2, Vrak, Z y The Sports Network 3.
- Seguimos siendo apoyados en las estaciones locales de Montreal, Vancouver, Edmonton, Toronto, Victoria, Peterborough, Calgary y Winnipeg.
- Siguen siendo transmitidos al aire todos los anuncios de servicio público en inglés y francés; el anuncio “El muro” de treinta segundos es el que más apoyo

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

ha recibido, con 1,136 emisiones, y el anuncio “La fiesta” de treinta segundos, con 861 emisiones.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022.

El comité revisó los informes actuales sobre “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor” y “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”. Se estima que se han realizado 34,833 emisiones al aire en inglés en la televisión; y 16,956 emisiones en canales de televisión en español. Al momento de redactar este informe, los anuncios de servicio público canadienses se habían transmitido 1,209 veces adicionalmente, para sumar un total de 4,078 emisiones al aire.

El siguiente es un correo electrónico de la correspondencia de Connect360 que incluye la analítica web de seguimiento de los dos nuevos anuncios de servicio público, hasta el 30 de septiembre de 2022:

Distribución en los Estados Unidos

Inglés

- El mes pasado continuó la cobertura en las cadenas nacionales y regionales por medio de FOX News, FOX Business, Revolt TV y las estaciones de New England Sports Network.
- Además de que se estuvo transmitiendo en nuevas estaciones en los mercados de Paducah, Monterey-Salinas y Billings, seguimos observando que contamos con el apoyo de otras estaciones locales en todo el país, incluyendo los mercados más importantes de Chicago, Atlanta, San Francisco, Boston, Seattle, Tampa y Miami, entre otros.
- Resultados de septiembre: 4,370 emisiones; 22,418,105 impresiones, con un valor en medios de comunicación de \$ 1,278,945.
- Resultados acumulados: 54,324 emisiones; 162,457,969 impresiones, con un valor en medios de comunicación de \$ 9,757,507.
- El 72 % de las emisiones al aire se lleva a cabo durante las horas de vigilia.
- Los dos anuncios que tuvieron el mayor número de emisiones el mes pasado fueron el de “El muro”, de treinta segundos, con 1,183 emisiones, seguido del de “La fiesta”, de sesenta segundos, con 866 emisiones.

Español

- Seguimos recibiendo apoyo en cadenas nacionales para emitir los anuncios por parte de Hogar, HGTV, Mexicanal y SBS Mega TV, así como de Azteca America, la cual proveyó de anuncios de servicio público a sus filiales locales.
- Sigue habiendo transmisiones en los mercados más importantes de Los Ángeles, Chicago, Dallas, Atlanta, San Francisco y Houston, entre otros.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Resultados de septiembre: 5,939 emisiones al aire; 21,765,770 impresiones, con un valor en medios de comunicación de \$ 1,062,692.
- Resultados acumulados: 40,300 emisiones al aire; 297,328,506 impresiones, con un valor en medios de comunicación de \$ 14,914,787.
- El 78 % de las emisiones al aire se lleva a cabo durante los espacios diurnos más prominentes.
- El anuncio “La fiesta” de sesenta segundos fue el que tuvo un mayor número de emisiones en septiembre, con un total de 1,606, seguido del anuncio “El muro” de treinta segundos, con 1,277 emisiones.

Totales en inglés y español:

Resultados de septiembre: 10,309 emisiones al aire; 44,183,875 impresiones, con un valor en medios de comunicación de \$ 2,341,637.

Acumulado: 94,624 emisiones; 459,786,475 impresiones; con un valor en medios de comunicación de \$ 24,672,294.

Distribución en Canadá

- En septiembre, se emitieron adicionalmente 1,303 veces los anuncios de servicio público canadienses, para un total de 8,390 emisiones al aire.
- Continúa la cobertura en las cadenas nacionales CBS News Network, Animal Planet, CTV Sci-Fi Channel, Discovery, Aboriginal People’s Television Network, Ici ARTV, Ici RDI, RDS, RDS 2, y en varias estaciones de Sports Network.
- Además de las emisiones en una nueva estación local en Surrey (CHNU-TV), seguimos recibiendo apoyo para transmitir los anuncios de servicio público de parte de estaciones en Montreal, Toronto, Calgary, Vancouver, Edmonton, Victoria, Peterborough y Winnipeg.
- Siguen siendo transmitidos al aire todos los anuncios de servicio público en inglés y francés; el anuncio “El muro” de treinta segundos es el que más apoyo ha recibido, con 2,004 emisiones, y el anuncio “La fiesta” de treinta segundos, con 1,546 emisiones.



Think Differently • Engage Differently • Empower Your Message

Shaliza T.

Especialista Sénior de Campañas

Connect360 Multimedia

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité revisó los informes actuales sobre “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor” y “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”. Se estima que se han realizado 94,624 emisiones al aire en inglés y en español en la televisión. Independientemente, al momento de redactar el presente informe, los anuncios de servicio público canadienses fueron emitidos 1,303 veces adicionalmente, para un total de 8,390 emisiones al aire en Canadá.

El siguiente es un correo electrónico de la correspondencia de Connect360 que incluye la analítica web de seguimiento de los dos nuevos anuncios de servicio público, hasta el 31 de octubre de 2022:

Distribución en los Estados Unidos

Inglés

- El mes pasado, la cadena YES comenzó a transmitir la campaña, mediante una cobertura continua en la cadena nacional por medio de FOX News, FOX Business y Revolt TV.
- Además de estar transmitiendo en nuevas estaciones en los mercados de Los Ángeles, Beaumont y Abilene-Sweetwater, también observamos que se nos sigue apoyando en otras estaciones locales en todo el país, incluyendo los mercados más importantes de Chicago, Atlanta, Boston, San Francisco, Tampa y Detroit, entre otros.
- Resultados de octubre: 3,980 emisiones al aire; 27,371,185 impresiones, con un valor en medios de comunicación de \$ 1,725,242.
- Resultados acumulados: 58,304 emisiones; 189,829,154 impresiones; con un valor de medios de \$ 11,482,749.
- El 72 % de las emisiones al aire se realizan durante las horas de vigilia.
- Los dos anuncios que más fueron emitidos durante el mes pasado fueron “El muro” de treinta segundos, con 940 emisiones, seguido de “La fiesta” de sesenta segundos, con 894 emisiones.

Español

- Seguimos recibiendo apoyo en cadenas nacionales para emitir los anuncios por parte de Hogar, HGTV, Mexicanal y SBS Mega TV, así como de parte de Azteca America, la cual proveyó de anuncios de servicio público a sus filiales locales.
- Además de que se estuvo transmitiendo en nuevas estaciones en los mercados de Fresno, El Paso, Boise, Bakersfield, Monterey-Salinas y Abilene-Sweetwater,

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

se siguen emitiendo los anuncios en los importantes mercados de Los Ángeles, Chicago, Dallas y Atlanta, entre otros.

- Resultados de octubre: 6,519 emisiones al aire; 21,930,267 impresiones, con un valor de medios de \$ 1,126,910.
- Resultados acumulados: 46,819 emisiones; 319,258,773 impresiones; con un valor de medios de \$ 16,041,697.
- El 78 % de las emisiones al aire se lleva a cabo durante los espacios diurnos más prominentes.
- El anuncio “La fiesta” de sesenta segundos fue el que tuvo un mayor número de emisiones en octubre, con un total de 1,771, seguido del anuncio “El muro” de treinta segundos, con 1,464 emisiones.

Totales en inglés y español:

Resultados de octubre: 10,499 emisiones al aire; 49,301,452 impresiones, con un valor de medios de \$ 2,852,152.

Acumulado: 105,123 emisiones al aire; 509,087,927 impresiones, con un valor de medios de \$ 27,524,446.

Distribución en Canadá

- En octubre, se emitieron adicionalmente 942 veces los anuncios de servicio público canadienses, para un total de 9,332 emisiones al aire.
- Continúa la cobertura en las cadenas nacionales Animal Planet, Aboriginal People’s Television Network, Ici ARTV, Ici RDI, RDS, RDS 2, y en varias estaciones de Sports Network.
- Seguimos siendo apoyados para transmitir los anuncios de servicio público en las estaciones de Montreal, Toronto, Calgary, Vancouver, Victoria, Peterborough, Surrey, Edmonton y Winnipeg.
- Siguen siendo transmitidos al aire todos los anuncios de servicio público en inglés y francés; el anuncio “El muro” de treinta segundos es el que más apoyo ha recibido, con 2,152 emisiones, y el anuncio “La fiesta” de treinta segundos, con 1,683 emisiones.

El siguiente es un correo electrónico de la correspondencia de Connect360 que incluye la analítica web de seguimiento de los dos nuevos anuncios de servicio público, al 31 de diciembre de 2022:

Distribución en los Estados Unidos

Inglés

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- El mes pasado, la cadena regional BSN Encompass comenzó a transmitir la campaña, y hubo una cobertura continua en la cadena nacional por medio de FOX News, FOX Business, Revolt TV y YES.
- Además de estar transmitiendo en nuevas estaciones en los mercados de Washington, DC, Nashville y Beaumont, también continuó la salida al aire en los mercados más importantes de Los Ángeles, Chicago, Atlanta, Boston, entre otros.
- Resultados de diciembre: 4,272 emisiones al aire; 39,629,251 impresiones, con un valor en medios de comunicación de \$ 2,793,233.
- Resultados finales: 66,363 emisiones; 257,719,560 impresiones; con un valor de medios de \$ 16,218,063.
- Además, el 70 % de las emisiones al aire se realizan durante las horas de vigilia.
- Los dos anuncios que más fueron emitidos durante el mes pasado fueron “El muro” de treinta segundos, con 18,943 emisiones, seguido de “La fiesta” de sesenta segundos, con 13,166 emisiones.

Español

- En diciembre, los anuncios siguieron recibiendo apoyo en cadenas nacionales como Hogar de HGTV y Mexicanal, así como Mega TV y Azteca America, la cual proveyó de anuncios de servicio público a sus filiales locales.
- Las emisiones continuaron dándose en los importantes mercados de Los Ángeles, Chicago, Dallas, Houston, Boston y San Francisco entre otros.
- Resultados de diciembre: 6,099 emisiones al aire; 19,362,146 impresiones, con un valor de medios de \$ 1,126,910.
- Resultados finales: 58,829 emisiones; 358,237,281 impresiones; con un valor de medios de \$ 18,288,517.
- El 78 % de las emisiones al aire se lleva a cabo durante los espacios diurnos más prominentes.
- El anuncio “La fiesta” de sesenta segundos fue el que tuvo un mayor número de emisiones, con un total de 15,374, seguido del anuncio “El muro” de treinta segundos, con 15,228 emisiones.

Totales en inglés y español:

Resultados de diciembre: 10,371 emisiones al aire; 58,991,397 impresiones, con un valor de medios de \$ 3,955,397.

Acumulado: 125,192 emisiones al aire; 615,956,841 impresiones, con un valor de medios de \$ 34,506,580.

Distribución en Canadá

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- En diciembre, se emitieron adicionalmente 1,269 veces los anuncios de servicio público canadienses, para un total de 11,485 emisiones al aire.
- Además de las nuevas emisiones en VisionTV, continuó la cobertura en las cadenas nacionales CBC News Network, Aboriginal People's Television Network, CTV Sci-Fi Channel, Much, Ici ARTV, Ici RDI, RDS, RDS 2, y en varias estaciones de Sports Network.
- Los anuncios de servicio público comenzaron a transmitirse en nuevas estaciones locales de Montreal, Vancouver, Victoria, Peterborough, Surrey, Calgary y Edmonton.
- Siguen siendo transmitidos al aire todos los anuncios de servicio público en inglés y francés; el anuncio "El muro" de treinta segundos es el que más apoyo ha recibido, con 2,607 emisiones, y el anuncio "La fiesta" de treinta segundos, con 1,799 emisiones.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité revisó los informes actuales sobre "La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor" y "La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta". Los resultados en Estados Unidos para diciembre de 2022 fueron 10,371 emisiones al aire, 58,991,397 impresiones y un valor de medios de \$ 3,955,397. Adicionalmente, los anuncios de servicio público canadienses se emitieron 1,269 veces.

Los resultados finales de la campana de un año fueron 125,192 emisiones al aire, 615,956,841 impresiones y un valor de medios de \$ 34,506,580. Los resultados finales canadienses para la campana fueron de 11,485 emisiones al aire.

El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 los informes de seguimiento y distribución de ASP.

Material de referencia:

1. Los informes más recientes sobre el sitio de extranet de *Connect 360*:
<http://reportcenter.c360m.com/>

Nombre de usuario: AA2021
Contraseña: connect!

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO B: Anuncios de Servicio Público (ASP):

2. Evaluar el informe de 2022 sobre la “Relevancia y utilidad de los anuncios de servicio público en video”.

Notas de referencia:

Acciones recomendables de 2008:

El Comité de Información Pública de la Conferencia revise anualmente los anuncios de servicio público existentes para comprobar su relevancia y utilidad, y que un ASP se deje de emitir únicamente cuando ha dejado de ser relevante y/o útil para la Comunidad.

El Comité de Información Pública de la Conferencia evalúe anualmente la necesidad de producir un nuevo anuncio de servicio público para la televisión.

Material de referencia:

1. Informe de 2022 sobre la “Relevancia y utilidad de los anuncios de servicio público en video”.
2. “Historia de la relevancia y utilidad de los anuncios de servicio público en video”.

[Volver a la agenda](#)

**Comité de Información Pública de los custodios de 2022
Informe de 2021 sobre la “Relevancia y utilidad
de los anuncios de servicio público en video”**

Tom H., coordinador del Comité de Información Pública de los custodios, había solicitado que el pleno del comité revisara los anuncios de servicio público actuales antes de la reunión de julio. En la reunión de julio de 2022, el comité revisó y debatió sobre los anuncios de servicio público en video actuales, en cuanto a su relevancia y utilidad.

El comité revisó los [anuncios de servicio público en video](http://www.aa.org) actuales (www.aa.org) y opinaron que eran relevantes y útiles, y acordaron remitir sus comentarios al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

1. “La sobriedad en AA: Hicimos cambios para dejar de beber”.
2. “La sobriedad en AA: Abriendo las puertas a una vida sin beber”.
3. “La sobriedad en AA: Desde que logré mi sobriedad, tengo esperanza”.
4. “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor”.
5. “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”.

[Volver a la portada](#)

(Desde 2017 hasta el presente)
**Historia de la revisión anual de anuncios de servicio público
para televisión de AA
de los informes de los Comités de Información Pública de los custodios y de la
Conferencia**
Actualizado en diciembre de 2022

2017

(CUSTODIOS) El comité determinó que los tres anuncios de servicio público en video actuales siguen siendo relevantes. Al evaluar la necesidad de un nuevo anuncio de servicio público en video, el comité no vio que fuera necesario en este momento.

(CONFERENCIA) Se prepare un nuevo anuncio de servicio público en video a un costo que no exceda \$ 40,000.

2018

(CUSTODIOS) El comité revisó y acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2018 el borrador del video propuesto para el anuncio de servicio público y una recomendación de que el nuevo anuncio de servicio público se distribuya de forma centralizada, se le dé seguimiento y sea evaluado, con un costo que no supere los 42 mil dólares, además de la labor de distribución de los Comités de Información Pública locales.

(CONFERENCIA) Se apruebe el video ASP “Cambios” con la siguiente revisión: Que la línea “Ahí es donde AA llegó a mi rescate” se reemplace con “AA ofreció una solución”.

Además de los trabajos de los comités locales, el video ASP “Cambios” sea distribuido, supervisado y evaluado centralmente a un costo que no exceda \$42,000 y que la información recopilada por el proceso sea remitida al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2019 para su revisión.

Consideración adicional del comité:

El comité revisó y aprobó el informe de 2017 del Comité de Información Pública de los custodios referente a la utilidad y relevancia de los videos anuncios de servicio público.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

2019

(CUSTODIOS) El comité discutió una solicitud para “que la Junta de Servicios Generales de Alcohólicos Anónimos y la Conferencia de Servicios Generales de Alcohólicos Anónimos apruebe la elaboración de un nuevo anuncio de servicio público en formato de video, que emplee actores que muestren el rostro (que no sean miembros de AA)”. El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2019 una solicitud para aprobar la elaboración de un nuevo anuncio de servicio público (ASP) en formato de video que emplee actores que muestren el rostro (que no sean miembros de AA).

(CUSTODIOS) El comité revisó la relevancia y utilidad de los anuncios de servicio público actuales y fue de la opinión que los mismos eran relevantes y útiles.

(CONFERENCIA) Se discontinúe el video ASP “Mi mundo”.

(CONFERENCIA) Se reafirme la “Política sobre actores que representan a miembros de AA o posibles miembros de AA en los videos producidos por la Junta de Servicios Generales o sus afiliados”.

(CONFERENCIA) Se desarrollen dos ASP a un costo que no exceda \$50,000 por cada ASP, y que, si se muestran las caras completas de los personajes, se incluya un aviso de “imagen de actor” en la pantalla.

(CUSTODIOS) El comité habló sobre la acción recomendable de 2019 acerca de que “Se desarrollen dos ASP a un costo que no exceda \$50,000 por cada ASP, y que, si se muestran las caras completas de los personajes, se incluya un aviso de “imagen de actor” en la pantalla”. El comité solicitó que se incluyera, para su consideración en el Plan General de Medios de Información Pública, la elaboración de un plan centrado en los mensajes de los anuncios de servicio público.

(CUSTODIOS) El comité discutió la solicitud de un área para crear y facilitar un anuncio de servicio público dirigido a educar a las personas mayores sobre el alcoholismo y Alcohólicos Anónimos. El comité solicitó que se remitiera al subcomité para el Plan General de Medios este punto de agenda y el relativo a los mensajes de los anuncios de servicio público.

2020

(CUSTODIOS) El comité revisó los anuncios de servicio público actuales y fue de la opinión que los mismos eran relevantes y útiles.

(CONFERENCIA) El comité revisó y aprobó el informe de 2019 sobre la “Relevancia y

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

utilidad de los Anuncios de Servicio Público”. El comité hizo notar los recientes esfuerzos de la OSG de explorar la posibilidad de publicar un ASP aprobado por la Conferencia para seguir siendo útil para los comités locales que refleje el “distanciamiento social” en los grupos y miembros de AA.

(CUSTODIOS) El comité observó que en los anuncios de servicio público en audio y en el anuncio de servicio público en video “La sobriedad en AA: Desde que logré mi sobriedad, tengo esperanza” debe actualizarse el mensaje (voz en *off*) en inglés, francés y español, con algunos cambios menores, y que ello se incluirá en el presupuesto de 2021. Lo anterior tiene alta prioridad. El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2021 el informe sobre la relevancia y utilidad de los anuncios de servicio público en video de 2020.

(CUSTODIOS) De conformidad con una acción recomendable de 2019, el comité revisó el borrador de los guiones gráficos y de voz para dos nuevos anuncios de servicio público. El comité aprobó el concepto y la visión generales, y espera los informes de avance de los guiones gráficos finales antes de su producción este otoño.

(CUSTODIOS) El comité discutió una solicitud para crear y facilitar un anuncio de servicio público dirigido a educar a las personas mayores sobre el alcoholismo y Alcohólicos Anónimos, y no tomó ninguna medida. El comité tomó nota del informe del subcomité del Plan General de Medios, según el cual, aunque sería importante incluir a las personas mayores en el mensaje de un anuncio de servicio público, no querrían limitar el mismo a un solo grupo demográfico.

2021

(CUSTODIOS) El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2021 un informe de avance sobre la elaboración de dos anuncios de servicio público. El comité seguirá reuniéndose para revisar los borradores actuales de los videos y dar su opinión. El comité solicitó que se incluyera al coordinador del Comité de Información Pública de la Conferencia en la siguiente reunión. El comité observó que, si los anuncios de servicio público preliminares fueran concluidos antes de la 71.^a Conferencia de Servicios Generales, estos fueran remitidos al Comité de Información Pública de la Conferencia para su revisión.

(CUSTODIOS) El comité sugirió que, si se aprobaba un nuevo anuncio de servicio público, el mismo fuera distribuido de forma centralizada, se le diera seguimiento y fuera evaluado, con un costo no mayor a los 40 mil dólares, además de la labor de los comités de Información Pública local. El comité también hizo la observación de que debía explorarse la posibilidad de colocar en línea un anuncio de servicio público de pago.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

(CONFERENCIA) Ciñéndose a la “Política sobre actores que representan a miembros de AA o posibles miembros de AA en los videos producidos por la Junta de Servicios Generales o sus afiliadas”, el ASP en video llamado “Party” (“Fiesta”, título preliminar), que utiliza actores a cara descubierta, sea aprobado con las siguientes revisiones: Que se reemplacen las pistas de referencia de la locución y se lleven a cabo otras correcciones editoriales menores durante la posproducción.

(CONFERENCIA) Ciñéndose a la “Política sobre actores que representan a miembros de AA o posibles miembros de AA en los videos producidos por la Junta de Servicios Generales o sus afiliadas”, el ASP en video llamado “Wall” (“Pared”, título preliminar), que utiliza actores a cara descubierta, sea aprobado con las siguientes revisiones: Que se reemplacen las pistas de referencia de la locución y se lleven a cabo otras correcciones editoriales menores durante la posproducción.

(CONFERENCIA) Además de la labor de los comités locales, se distribuyan a medios de difusión, sean monitoreados y evaluados centralizadamente, uno o dos ASP, a un costo que no exceda \$60,000, y que la información recopilada en este proceso se presente al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

(CUSTODIOS) El comité revisó los anuncios de servicio público actuales y opinaron que eran relevantes y útiles, y acordaron remitir sus comentarios al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022. El comité observó que, si bien el contenido y los mensajes de los tres anuncios de servicio público existentes enumerados* a continuación siguen siendo relevantes, los mensajes para ponerse en contacto con AA pueden requerir actualizaciones editoriales, para que los mismos sean congruentes con los que se encuentran en los anuncios de servicio público producidos recientemente, donde se menciona la aplicación Meeting Guide. El secretario del comité compartió que los mensajes (voz en *off*) de todos los anuncios de servicio público para la radio han sido actualizados en los tres idiomas. Es comité espera que los anuncios de servicio público revisados sean puestos a disposición en aa.org.

- “La sobriedad en AA: Hicimos cambios para dejar de beber”. (ASP)
- “La sobriedad en AA: Abriendo las puertas a una vida sin beber”. (ASP)
- “La sobriedad en AA: Desde que logré mi sobriedad, tengo esperanza”. (ASP)

** Los títulos reflejan los nuevos títulos, conforme a la optimización de motores de búsqueda.*

(CUSTODIOS) El comité debatió sobre los esfuerzos de posproducción de los dos anuncios de servicio público aprobados por la Conferencia de 2021. El secretario del comité informó que la fecha establecida para la distribución y la conferencia de prensa es en noviembre de 2021. El comité espera recibir un informe de avance sobre la difusión, la distribución y el seguimiento de los dos anuncios de servicio público en la reunión de

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

enero de 2022.

(CUSTODIOS) El secretario, miembro del personal, compartió el avance que se está llevando a cabo con el Departamento de Publicaciones para actualizar los anuncios de servicio público relevantes que existen, para reflejar coherentemente los mensajes para ponerse en contacto con AA que se encuentran en los anuncios de servicio público recientemente producidos, donde se incluye la referencia a la aplicación Meeting Guide.

- “La sobriedad en AA: Hicimos cambios para dejar de beber”. (ASP)
- “La sobriedad en AA: Abriendo las puertas a una vida sin beber”. (ASP)
- “La sobriedad en AA: Desde que logré mi sobriedad, tengo esperanza”. (ASP)

(CUSTODIOS) El comité revisó los informes actuales sobre “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor” y “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”. Se han realizado unas ocho mil emisiones al aire en inglés en la televisión; y unas tres mil cuatrocientas en español.

El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022 los informes de seguimiento y distribución de los anuncios de servicio público.

(CUSTODIOS) El comité recibió un informe actualizado de parte del secretario, miembro del personal, sobre los 18 archivos para descarga en calidad para difusión de alta definición de los anuncios de servicio público, en relación con los siguientes:

- “La sobriedad en AA: Desde que logré mi sobriedad, tengo esperanza” (en inglés);
- “La sobriedad en AA: Desde que logré mi sobriedad, tengo esperanza” (es español);
- “La sobriedad en AA: Desde que logré mi sobriedad, tengo esperanza” (en francés).

El comité reconoció que los archivos de los anuncios de servicio público requieren que se edite el mensaje (voz en *off*) para ponerse en contacto con AA, el cual dice actualmente: “Búsqúenos en el directorio telefónico o en el sitio web aa.org”. El Departamento de Publicaciones tiene programado concluir el proyecto en marzo de 2022. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de julio de 2022.

2022

(CUSTODIOS) El comité revisó los informes actuales sobre “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor” y “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”. Se estima que se han realizado 34,833 emisiones al aire en inglés en la televisión; y 16,956 emisiones en canales de televisión en español. Al momento de redactar este informe, los anuncios de servicio público canadienses se habían transmitido 1,209 veces adicionalmente, para sumar un total de 4,078 emisiones al aire.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

(CUSTODIOS) El comité revisó los anuncios de servicio público actuales y opinaron que eran relevantes y útiles, y **acordaron remitir** sus comentarios al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

(CONFERENCIA) El comité revisó y aceptó la información de distribución y seguimiento de los ASP en video:

1. “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor”.
2. “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”.

El comité recomienda mejorar nuestro seguimiento y distribución en el futuro para que incluya analítica comparativa con relación a otras organizaciones sin fines de lucro que hacen distribución de anuncios de servicio público.

(CONFERENCIA) El comité revisó y aprobó el informe de 2022 sobre la “Relevancia y utilidad de los Anuncios de Servicio Público”. El comité opinó que los ASP actualmente aprobados por la Conferencia son relevantes y útiles. Al evaluar la necesidad de un nuevo ASP en video, el comité no vio que existiera la necesidad en este momento.

(CONFERENCIA) El comité revisó y aceptó la investigación del Comité de Información Pública de los custodios de 2022 sobre la factibilidad de la colocación paga de ASP en video en plataformas de transmisión en directo (*streaming*) y solicitó que se haga más investigación. El comité brindó las siguientes sugerencias y espera recibir un informe que se presente ante el Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

- Los miembros del comité desean ver investigación adicional que compare los anuncios pagos con aquellos que utilizan espacio donado y la efectividad de estos enfoques diferentes.
- Incluir investigación sobre las plataformas de transmisión directa canadienses para comprender mejor las normas sobre ASP y las plataformas específicas que hay en Canadá.
- Enfocarse en obtener sugerencias y comentarios de miembros de AA de distintos grupos etarios sobre el deseo de la Comunidad de acometer la colocación paga de anuncios en plataformas de *streaming*.

(CUSTODIOS) El comité discutió el estudio de factibilidad sobre la colocación paga de videos de anuncios de servicio público en plataformas de *streaming*. El comité estuvo de acuerdo con las sugerencias de realizar investigación, proporcionadas en la consideración del comité de 2022. El comité solicitó que el secretario miembro del personal incorpore un análisis de costo y beneficios que incluya información sobre pagar para la distribución y transmisión de los anuncios de servicio público en televisión, en

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

comparación con la colocación paga garantizada de los ASP. El secretario miembro del personal incluirá también el informe de Connect360 sobre la manera en que ha cambiado el mundo de las comunicaciones.

(CUSTODIOS) El comité revisó y estuvo de acuerdo en que, de ser aprobado, el proyecto de distribución de los anuncios de servicio público en el canal Mesmerize Point debe seguir adelante con supervisión del Comité de Información Pública de los custodios e informando al mismo sobre la analítica web

(CUSTODIOS) El comité revisó los informes actuales sobre “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor” y “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”. Se estima que se han realizado 94,624 emisiones al aire en inglés y en español en la televisión. Independientemente, al momento de redactar el presente informe, los anuncios de servicio público canadienses fueron emitidos 1,303 veces adicionalmente, para un total de 8,390 emisiones al aire en Canadá.

(CUSTODIOS) El comité discutió el estudio de factibilidad sobre la colocación paga de videos de anuncios de servicio público en plataformas de transmisión en directo (*streaming*). El secretario miembro del personal ha comenzado a investigar en las plataformas de transmisión en directo (*streaming*) canadienses. La labor de investigación y encuesta adicionales que fue solicitada continuará, y el comité espera recibir un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

(CUSTODIOS) El comité habló sobre la idea de que con los anuncios de servicio público de AA se proyectará a su lado contenido general sobre salud y bienestar. El comité estuvo de acuerdo en que una solución será asegurarse de que en todos los videos de ASP proporcionados para su transmisión en este servicio aparezca un descargo de responsabilidad de no estar afiliados. El siguiente paso es que se haga una revisión legal del acuerdo, antes de firmarlo e implementar el servicio. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO C: Revisar el Informe de avance del desarrollo de un podcast de la OSG.

Notas de referencia:

De la acción recomendable del Comité de Información Pública de 2021:

Se produzcan [en la OSG] y distribuyan, en cooperación con la Oficina del Grapevine, podcast que brinden compartimiento dentro de la Comunidad así como información sobre AA al público. El comité solicitó que se envíe un informe de avance sobre el desarrollo y la implementación de podcasts al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022. El comité señaló que los podcast servirían como un nuevo formato para producir “material de servicio” para comunicar sobre temas mediante compartimiento similar al que se puede encontrar en Box 4-5-9, Acerca de AA, aa.org, y compartimiento del AA Grapevine y La Viña.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022:

El comité habló sobre el informe de avance de 2022 y el plan de podcast de la OSG, incluido el trabajo de colaboración que se llevó a cabo en la producción de un episodio piloto de podcast de la OSG. Un grupo de trabajo, que incluía al miembro del personal del AA Grapevine, condujo la creación de este episodio. Las juntas corporativas y los miembros del personal de la oficina escucharon el episodio piloto y dieron su opinión por medio de una encuesta sobre el podcast.

El comité solicitó a los miembros del personal que realizaran otra edición del episodio piloto, empleando los comentarios de la encuesta, para incluirla entre el material de referencia para la Conferencia. El comité también pidió que se elaborara un documento en el que se detallaran las sugerencias específicas que fueron incorporadas a la nueva versión del episodio piloto.

El comité debatió también tres propuestas en el Plan de podcast de la OSG en cuanto al camino a seguir para el podcast de la OSG. El comité solicita al Comité de la Conferencia que considere las propuestas como parte del Plan de podcast que les fue remitido. El comité espera recibir los comentarios y sugerencias del Comité de la Conferencia.

El comité **acordó remitir** lo siguiente al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

- 1) El Informe de avance y el Plan de podcast de la OSG.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

- 2) Los resultados de la encuesta con los comentarios y sugerencias de las juntas corporativas y los miembros del personal de la oficina.
- 3) La nueva versión del episodio piloto, que incorpora las sugerencias específicas del comité, así como cualquier información adicional pertinente para ser considerada.

De las consideraciones adicionales del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité revisó el informe de avance y el plan de pódcast de la OSG y consideró todas las propuestas, así como el trabajo completado este pasado año. El comité se reunió con el responsable de publicación del Grapevine, personal del Departamento de Servicios de Comunicaciones y personal de Publicaciones, quienes respondieron a preguntas claves. El comité sugirió que el Comité de Información Pública de los custodios, el Departamento de Servicios de Comunicaciones de la OSG y el Departamento de Publicaciones de AAWS, en cooperación con el secretario miembro del personal, se enfoquen en la propuesta uno, considerar avanzar hacia la creación de un pódcast de la OSG aprovechando la experiencia del Grapevine con los pódcast.

El comité compartió que el enfoque que se describe en la acción recomendable de 2021: “Se produzcan [en la OSG] y distribuyan, en cooperación con la Oficina del Grapevine, pódcast que brinden compartimiento dentro de la Comunidad así como información sobre AA al público” está bien encaminado y que la OSG puede crear episodios sobre muchos temas de discusión relacionados con el servicio. El comité opina que el enfoque en temas diferentes ayudará a evitar entrar en competencia con el pódcast del Grapevine. Para respaldar un desarrollo exitoso continuo del pódcast de la OSG, el comité brinda las siguientes sugerencias y espera recibir un informe de avance que se presentará al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

- Darle a la OSG la responsabilidad de gestionar la creación del pódcast y su apego a los principios de AA, para posibilitar la producción eficiente de una serie regular de episodios.
- Pedirle al Comité de Información Pública de los custodios que investigue cuáles son los mejores métodos para elaborar futuros episodios de pódcast en español y francés.
- Desarrollar la metodología para invitar a participantes a sesiones grabadas basadas en temas, y que incluirán a nuestros custodios, personal y miembros en los episodios.
- Establecer recursos internos y externos que respalden la producción del pódcast de la OSG. Puede ser de utilidad contratar trabajadores

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

independientes con experiencia en el desarrollo de pódcast creativos y su formato.

- Poner en práctica analítica tal como se describe en el plan de pódcast de la OSG para presentar anualmente informes al Comité de Información Pública de la Conferencia.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022.

El comité habló sobre los informes de avance del pódcast de la OSG. El equipo de pódcast del Grapevine le describió minuciosamente al equipo de la OSG el proceso paso a paso y las herramientas que emplea el Grapevine para producir los episodios de su pódcast. El comité discutió una consideración para investigar cuáles son los mejores métodos para elaborar futuros episodios de pódcast en español y francés. Dicha investigación se llevará a cabo al concluir la elaboración de la versión en inglés del pódcast. Se puso a consideración la idea de si podría proyectarse el pódcast de la OSG de manera simultánea como un video en el canal de YouTube de AAWS. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de octubre de 2022.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité revisó el informe sobre el pódcast de la OSG correspondiente al tercer trimestre. El director del Departamento de Servicios de Comunicación compartió que se está elaborando una declaración de misión para el pódcast, y que contamos con talentos internos en la oficina para apoyar e impulsar el proceso de producción.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 un informe de avance sobre el desarrollo del pódcast de la OSG

Material de referencia:

1. [Informe abreviado del cuarto trimestre sobre el pódcast, del Departamento de Servicios de Comunicación.](#)

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Icono de la
plataforma TBD

Información Pública
Punto C
Doc. 1

Pódcast: Informe correspondiente al cuarto trimestre de 2022

Octubre a diciembre

Avance:

El departamento sigue trabajando con IP y el Departamento de Publicaciones en la creación de un pódcast de la OSG con el equipo de trabajo para el pódcast. Se han llevado a cabo varias reuniones para continuar afinando la declaración de la misión, para analizar el formato general de los episodios, y para definir las ideas conducentes de los primeros episodios. El equipo fue recientemente ampliado para incluir a un empleado de la OSG que puede proporcionar apoyo para las emisiones al aire y en la producción.

Las actividades específicas de este trimestre incluyeron:

- El grupo de trabajo se reunió y elaboró las directrices para el texto que aclarará y articulará el propósito y la misión del pódcast. Se redactará una breve descripción para el pódcast público que indique a los posibles oyentes qué pueden esperar; esta descripción también ayudará a comunicar los temas de los episodios.
- Nos reunimos con el empleado de la OSG para evaluar la posibilidad y el alcance de su participación en el pódcast. Tuvimos reuniones de seguimiento con la gerencia, para confirmar que su participación es compatible con sus funciones y responsabilidades laborales actuales.
- Los integrantes del grupo de trabajo se reunieron y debatieron distintas ideas para las series, y delimitaron los posibles temas generales de los pódcast piloto.
- Se identificaron posibles lugares para la producción, y se discutió la logística de la producción.

SIGUIENTES PASOS:

El grupo de trabajo ha determinado las siguientes prioridades:

- Asignar a la persona responsable (aún no determinada) de la redacción de los textos de presentación, como la descripción del pódcast y la introducción del presentador del pódcast.
- Definir el flujo de trabajo y especificar las funciones y responsabilidades; identificar los recursos que faltan.
- Finalizar la logística y la estrategia para la producción inicial de la serie piloto.

[Volver a la portada](#)

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO D: Evaluar el informe sobre “El desempeño de YouTube”.

Notas de referencia:

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité revisó y aceptó el informe del Comité de Información Pública de los custodios sobre la utilidad y efectividad de la cuenta de YouTube de AAWS. El comité brindó las siguientes sugerencias y espera recibir un informe que se presente ante el Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

- Que el personal continúe actualizando la cuenta de YouTube de AAWS, para maximizar su efectividad como un canal de medios sociales para llevar el mensaje al alcohólico.
- Mejorar la capacidad de buscar y ubicar nuestro canal de YouTube de AAWS, ya que los miembros han compartido que es difícil de encontrar, y muchos desconocen que tenemos un canal de YouTube.
- Considerar agregar más contenido de video en español.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022.

El comité revisó y aceptó los informes de la OSG sobre el canal de AAWS en YouTube del primero y segundo trimestres de 2022. Se le solicitó al Departamento de Servicios de Comunicaciones que actualizara la analítica web para que incluya en lo sucesivo información del país y el idioma.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité habló acerca del informe correspondiente al tercer trimestre sobre el canal de AAWS en YouTube. Se describió la analítica web clave referente a la forma en que las personas están encontrando nuestro canal por medio de los motores de búsqueda en línea. La analítica web muestra que las personas no miran nuestros videos hasta el final, debido a que nuestros contenidos son

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

antiguos y muy largos. El coordinador de IP informó sobre dos proyectos que están siendo desarrollados para producir contenidos nuevos: convertir los anuncios de servicio público en audio a archivos de video, y los videos enviados por los jóvenes. El Departamento de Servicios de Comunicación dio a conocer el desarrollo de un proceso depurado para la producción de videos; el mismo incluye los recuadros de descargo de responsabilidad de cualquier tipo de afiliación que se requieren para todos los videos que se publican en nuestro canal en YouTube. Este proceso nos permitirá añadir dichos recuadros a nuestros dos anuncios de servicio público más recientes, para así poder incluirlos en el canal.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité habló acerca del informe sobre el canal de AAWS en YouTube y reconoció que la analítica refleja una audiencia creciente de habla hispana. Se sugirió ampliar el uso de la *playlist* así como las funciones de sugerencia del siguiente video, entre otras, para determinar si estas funciones podrían ser beneficiosas para mejorar la experiencia de usuario para esta población. El comité **acordó enviar** al Comité de Información Pública de 2023 el informe “Desempeño de YouTube: julio a septiembre de 2022”.

Material de referencia:

1. [Informe sobre el canal de AAWS en YouTube del tercer trimestre de 2022.](#)

[Volver a la agenda](#)



YouTube: Informe del tercer trimestre de 2022

Julio a septiembre

AVANCE:

- Durante el tercer trimestre de 2022 no fueron añadidos nuevos videos en el canal de YouTube. Falta añadir los recuadros* a los videos:
 - “La sobriedad en AA: mi forma de beber creó un muro a mi alrededor”. (En inglés, español y francés).
 - “La sobriedad en AA: cuando beber deja de ser una fiesta”. (En inglés, español y francés).
 - Audios de las fuerzas armadas (tres en inglés).

SIGUIENTES PASOS:

- *Con el gerente senior de Producción Digital y el Departamento de Servicios de Comunicaciones, se sigue hablando sobre la estandarización de la imagen de marca en los videos, para lograr un aspecto más limpio y profesional. El objetivo es retirar los recuadros al inicio y al final de los videos, pues lentifican significativamente el flujo de trabajo y aumentan el costo de producción.
- Seguir añadiendo contenidos conforme estos van siendo terminados.
- Los bocetos del diseño para actualizar el anuncio de cabecera se encuentran apenas en una primera etapa de ideas.
- Para discutir a futuro: Considerar la característica “go live” (en vivo) para su uso futuro.
 - Capacitación sobre el portal de contribuciones o Fellowship Connection.
 - La transmisión en directo (*streaming*) de las mesas de trabajo que se celebran en los foros regionales o en la Convención Internacional (sería necesario discutir la protección del anonimato).
 - “Conoce a tu custodio clase A”, o algún custodio clase A como anfitrión de un programa corto de preguntas y respuestas acerca de su área de conocimientos especializados en relación con AA (una sugerencia del grupo de trabajo del Plan Integral de Medios).

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

ANALÍTICA WEB:

- Estadísticas del canal durante este trimestre:
 - Total de visualizaciones: 24,351 (-7,593)
 - Tiempo total de visualización: 995 horas (-105)
 - Modificación del número de suscriptores: +284 (total: 7,626)
- Videos más vistos durante el segundo trimestre:

Título del video	Visualizaciones	Tiempo de visualización (horas)	Impresiones	Impresiones (% de tasa de clics o CTR)
Alcohólicos Anónimos	5,814	178.6	6,838	2.5 %
Alcoholics Anonymous	4,854	58.7	4,910	2.6 %
Esperanza: Alcohólicos Anónimos	4,163	250.1	9,799	4.1 %
Hope: Alcoholics Anonymous	1,785	117.2	13,311	4.7 %
Sobriety in A.A.: Opening doors to a life without drinking (anuncio de servicio público)	673	8.0	2,868	5.7 %
Su Oficina de Servicios Generales de AA, el Grapevine, y la Estructura de Servicios Generales	394	19.2	3,854	5.9 %
AA Video for Employment/Human Resources Professionals	370	4.9	465	5.0 %
Les Alcooliques anonymes: un espoir	341	28.6	3,099	5.4 %
El Libro Grande de AA en lenguaje de señas: La opinión del médico	341	24.6	878	4.3 %
Your AA General Service Office, the Grapevine and the General Service Structure	320	21.7	2,743	6.4 %

Geografía	Visualizaciones	Tiempo promedio de visualización	Tiempo de visualización (horas)
Total	24,351	2' 27"	995.5
México	5,937	3' 24"	229.8
Estados Unidos	5,796	0' 38"	329.2
India	5,190	3' 19"	54.9
Canadá	251	2' 35"	13.9
Guatemala	234	3' 27"	10.1
Colombia	164	2' 22"	9.5
Francia	105	0' 44"	4.2
Japón	57	1' 56"	0.7



ACCIONES HISTÓRICAS:

Recibimos muchas preguntas sobre estas dos acciones. Se incluyen como material de referencia.

Durante la reunión del comité de marzo de 2021, el comité votó unánimemente a favor de incluir recuadros de descargo de responsabilidad, tanto al principio como al final, en YouTube, aa.org y en otras plataformas, según sea necesario. Lo anterior no tiene efecto retroactivo sobre los videos que ya han sido concluidos; pero todos los videos que se elaboren a futuro incluirán los recuadros de descargo de responsabilidad al principio y al final. De esta forma dispondremos de una sola versión terminada de cada video que pueda ser utilizada en todas las plataformas con mínimos cambios, o con ninguno.

Durante la reunión del comité de junio de 2020, el comité votó unánimemente a favor de suspender la elaboración de “AA en las Instituciones Correccionales” y “Llevando el mensaje detrás de estos muros” para YouTube. El continuar trabajando en estos habría distraído recursos necesarios para otros proyectos aún más prioritarios, sin tener la seguridad de que podrían publicarse en el futuro.

[Volver a la portada](#)

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO E: Evaluar el informe sobre “El desempeño de Google Ads”.

Notas de referencia:

Notas de referencia del miembro del personal de la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022:

Esta es una actualización completa sobre el avance de Google Ads. El material de referencia incluye el informe trimestral estándar de la Plataforma de Medios de Comunicación de Información Pública acerca de Google Ads por parte del Departamento de Servicios de Comunicación.

Durante el trimestre anterior, el secretario, miembro del personal, coordinó con los miembros del personal para terminar el trabajo sobre una consideración adicional del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2021 en la que el comité apoya las sugerencias que les fueron presentadas en un informe del analista sénior de comunicaciones digitales de la OSG y del miembro de comité invitado de Información Pública de 2021.

Nueva campaña de Google Ads con múltiples conjuntos de anuncios para la comunidad profesional.

Si el comité está de acuerdo con la redacción, el analista sénior de comunicaciones digitales de la OSG —contando con el apoyo del coordinador de Información Pública en la OSG, del coordinador de Cooperación con la Comunidad Profesional en la OSG y, según sea necesario, de los actuales miembros de comité invitados de Información Pública— puede empezar a investigar en la plataforma de Google Ads los términos de búsqueda a utilizar en cada anuncio y determinar la secuencia para implementar los Google Ads de la nueva comunidad profesional y darles seguimiento.

Consúltense el material de referencia para el punto de agenda E.2 para ver el texto del anuncio.

Nota del miembro del personal: Del analista sénior de comunicaciones digitales de la OSG: En cuanto a la consideración del comité de 2021 sobre la creación de dos nuevos conjuntos de anuncios con diferentes objetivos de conversión y un lenguaje similar. El analista se encuentra trabajando en los siguientes pasos con los miembros de comité invitados. Tienen pensado reunirse nuevamente una vez que el sitio web sea puesto en operación estable.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022.

El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022 el informe “Desempeño de Google Ads de octubre a diciembre de 2021”.

El comité revisó y aprobó una nueva campaña de Google Ads con múltiples conjuntos de anuncios para la comunidad profesional. Se crearon ocho anuncios para las siguientes categorías profesionales: instituciones correccionales, educación, religión, recursos humanos, legal, medicina, fuerzas armadas y centros de tratamiento. El comité solicitó al secretario, miembro del personal, que colaborara con el Departamento de Servicios de Comunicaciones y con el coordinador del CCP en la oficina para elaborar un calendario para implementar y dar seguimiento a estos anuncios. El comité solicitó que el secretario, miembro del personal, incluyera el informe de avance del calendario para las discusiones en curso sobre los Google Ads en su reunión de julio de 2022.

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité revisó y aceptó el informe del Comité de Información Pública de los custodios de 2022 sobre el desempeño de Google Ads. El comité alentó a la OSG a que desarrolle un calendario anual del proyecto en relación con Google Ads. El comité señaló que la oficina debería optimizar continuamente las campañas de Google Ads basándose en las mejores prácticas, respetando las Tradiciones de AA y enfocándose en que los públicos objetivos utilicen la literatura de AA que tenemos actualmente y la que pueda desarrollarse. El comité brindó las siguientes sugerencias y espera recibir el informe que se presentará ante el Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

El Departamento de Comunicaciones de la OSG, en cooperación con el secretario miembro del personal deberían hacer las siguientes actualizaciones a las campañas para asegurar un mejor desempeño de las mismas:

- Evaluar y experimentar con anuncios dirigidos a un público específico.
- Creación de más contenido, con mayor diversidad.
- Hacer pruebas A/B del texto y del diseño de los anuncios.
- Agregar y eliminar palabras claves y palabras claves negativas.
- Cambiar el tipo de emparejamiento de las palabras claves con palabras cercanas (*key match type*).
- Probar múltiples opciones para la página de llegada.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Aprobar o denegar sugerencias básicas de la campaña provistas por Google Ads.
- Evaluar la analítica sobre los mensajes para asegurarnos de que están llegando al público objetivo.
- Incluir pruebas de palabras claves de búsquedas de AA en Google Ads para asegurarnos de que estén siendo disponibilizadas para los que buscan ayuda para un problema con la bebida.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022.

El comité revisó y aceptó los informes de la OSG sobre el desempeño de Google Ads del primero y segundo trimestres de 2022. El comité estuvo de acuerdo con las mejores prácticas que se están implementando para administrar nuestros Google Ads. El comité solicitó que se estudiara la forma de obtener información útil de la analítica web para demostrar que nuestros anuncios están teniendo un impacto real en las personas que buscan ayuda e información sobre Alcohólicos Anónimos.

Del informe sobre el desempeño de Google Ads del primero y segundo trimestres de 2022:

AVANCE Y PASOS SIGUIENTES:

- Las actualizaciones de Google Ads están aún en suspenso, mientras trabajamos en la reinstalación de Google Analytics.
- Como se comunicó en el informe del primer trimestre, se tomarán las siguientes medidas con Morgan, miembro de comité invitado de IP, cuando se complete la implementación de Google Analytics:
 - Actualización de la estrategia de cuotas para palabras clave y los ajustes de conversión.
 - Implementación de anuncios.
 - Desarrollar el contenido que falta en los anuncios actuales.
 - Expandirse a nuevos anuncios.
- Para seguir avanzando mientras se espera la reinstalación de Google Analytics, el Departamento de Servicios de Comunicaciones está redactando contenidos para cubrir los campos vacíos de los anuncios responsivos. Se presentará a los coordinadores de IP y CCP en agosto para que empiecen a revisarlos y a recibir comentarios.
- A partir del 30 de junio de 2022, con la desaparición de los anuncios estándar o ampliados, todos los anuncios futuros se crearán como responsivos. Citando la página de soporte de Google sobre anuncios responsivos:
 - Mientras más encabezados y descripciones proporcione, mayores oportunidades tendrá Google Ads de publicar anuncios que se

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- ajusten mejor a las consultas de búsqueda de sus clientes potenciales, lo que puede mejorar el desempeño de sus anuncios.
- Después de proporcionar los encabezados y las descripciones, Google Ads combina el texto en varias combinaciones de anuncios, de forma que se evite la redundancia. A diferencia de los anuncios de texto expandido, se pueden proporcionar hasta 15 encabezados y cuatro descripciones para un mismo anuncio de búsqueda responsivo.
 - A continuación, en cualquier anuncio, se selecciona un máximo de tres encabezados y dos descripciones para mostrarlos en diferentes combinaciones y órdenes. Parte del texto de su anuncio puede aparecer automáticamente en negrita cuando coincida o se aproxime a la consulta de búsqueda de un usuario. Con el tiempo, Google Ads probará las combinaciones de anuncios más atractivas y aprenderá qué combinaciones son las más relevantes para las distintas consultas.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité revisó el informe sobre el desempeño de Google Ads correspondiente al tercer trimestre. El comité agradeció el avance realizado en la actualización de nuestros contenidos al formato de anuncios responsivos requerido por Google Ads. Una vez que los anuncios responsivos estén activos con nuevas cuotas para palabras clave y conversiones, exploraremos los pasos para ampliar los anuncios, la búsqueda de palabras clave y una administración más activa de la cuenta.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité habló acerca del informe sobre Google Ads. Servicios de Comunicaciones destacó que los nuevos anuncios responsivos han incrementado la eficiencia de los anuncios en un 94 % en términos de aparecer en las búsquedas. Los custodios sugirieron supervisar la cuota mensual asignada utilizada para el gasto en anuncios cada mes. El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de 2023 el informe “Desempeño de Google Ads: julio a septiembre de 2022”.

Material de referencia:

1. Informe de avance de Google Ads correspondiente al tercer trimestre de 2022.

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



Google Ads: Informe del tercer trimestre de 2022

Julio a septiembre

AVANCE Y PASOS SIGUIENTES:

- Se ha completado el desarrollo de contenidos para llenar los campos vacíos de los anuncios responsivos planificados.
- La implementación de los nuevos anuncios comenzó el 10 de octubre de 2022.
- Una vez que los anuncios responsivos estén activos con nuevas cuotas para palabras clave y conversiones, exploraremos los pasos para ampliar los anuncios, la búsqueda de palabras clave y una administración más activa de la cuenta.
- Los problemas que se indican a continuación se han resuelto —hasta el 26 de septiembre— sin que Google Ads haya comunicado nada al respecto.

- El 9 de septiembre recibimos una alerta de que una de nuestras extensiones de anuncios se había visto afectada por un cambio en la política de Google Ads. Catorce palabras clave de la campaña “Obtener ayuda” fueron marcadas como “no elegibles” con la siguiente explicación:

“Esta palabra clave no puede publicar anuncios. Esta campaña se encuentra en pausa. Puntuación de calidad: No hay suficientes impresiones o clics para determinar con precisión la puntuación de calidad de esta palabra clave”.

Las 14 palabras clave fueron pausadas manualmente y serán revisadas cuando incorporemos los conjuntos de anuncios responsivos.

- El 13 de septiembre recibimos advertencias de copyright en todos nuestros anuncios sobre “Alcohólicos Anónimos”.

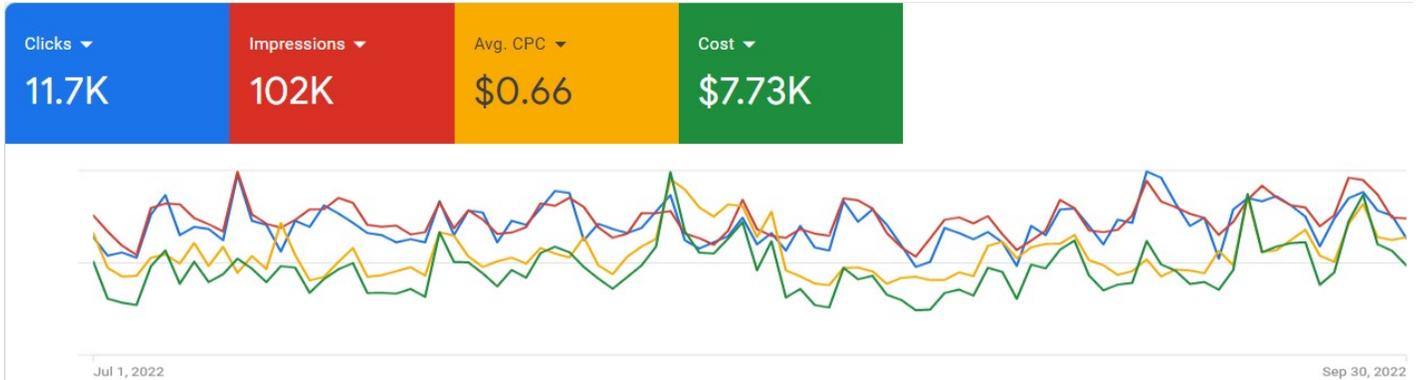
“El anuncio no elegible puede publicarse para un público limitado:
Advertencia: Marcas comerciales en el texto del anuncio.
Contiene: Alcohólicos Anónimos y alcohólicos anónimos.
No cumple los requisitos para distribuidores y sitios informativos”.

Resolvimos este mismo problema en diciembre de 2020, después de que una rutina automatizada señalara nuestras marcas. Se presentó la decisión sobre la política de recursos el 13 de septiembre.

ANALÍTICA WEB:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Durante los noventa y dos días del tercer trimestre, hemos observado las siguientes estadísticas de desempeño de la cuenta general. El gasto total en Grant (la subvención) para este período fue de \$ 7,729.89, lo que supone un aumento del 9 % respecto del trimestre anterior (\$ 7,085.52).



[Traducción de los encabezados de la ilustración superior:]

Clicks: Clics

Impressions: Impresiones

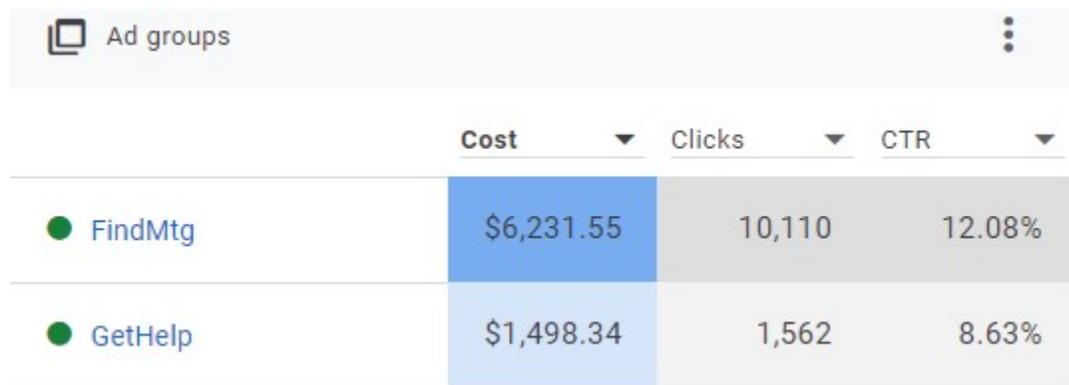
Avg. CPC: Costo promedio por clic

Cost: Costo

El costo y el CpC (costo por clic) promedio se basan en el sistema de cuotas para palabras clave. La configuración de la cuota recomendada para Google Grants establece automáticamente las palabras clave con un límite de cuota máxima de 2 dólares.

El grupo de anuncios “Encuentre una reunión” sigue atrayendo la atención e interés más que “Obtener ayuda”. Esta ha sido la tendencia desde que comenzamos con Google Ads.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



	Cost	Clicks	CTR
FindMtg	\$6,231.55	10,110	12.08%
GetHelp	\$1,498.34	1,562	8.63%

[Traducción de los encabezados de la ilustración superior:]

Cost: Costo

Clicks: Clics

CTR: Tasa de clics

FindMtg: Encontrar una reunión

GetHelp: Obtener ayuda

Los enlaces de todos los anuncios apuntan hacia aa.org, tal y como exige Google Ads:

- “FindMtg” <https://www.aa.org/es/find-aa> or <https://www.aa.org/es/meeting-guide-app>
- “GetHelp” <https://www.aa.org/es/new-to-aa> or <https://www.aa.org/es/what-is-aa>

Los más altos índices de clics siguen siendo para encontrar una reunión.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.^a Conferencia de Servicios Generales

Ad	Ad group	Clicks	↓ Impr.	CTR	Avg. CPC	Cost
Find an A.A. meeting near you. Meeting Guide can help. www.aa.org/meetingguide Learn about the app that helps you find Alcoholics Anonymous Meeting information.	FindMtg	7,740	59,164	13.08%	\$0.50	\$3,831.78
Looking for an A.A. meeting? Contact A.A. near you. www.aa.org/aanearyou A list of local Alcoholics Anonymous by state, province and country	FindMtg	1,667	16,212	10.28%	\$1.27	\$2,111.14
Want to stop drinking? See if A.A. is right for you. www.aa.org/gethelp Information about the program of Alcoholics Anonymous	GetHelp	1,185	12,514	9.47%	\$0.97	\$1,150.40
Looking for an A.A. meeting? Meeting Guide can help. www.aa.org/meetingguide Learn about the app that helps you find Alcoholics Anonymous meeting information	FindMtg	703	8,304	8.47%	\$0.41	\$288.63
Can't stop drinking? Maybe A.A. can help you. www.aa.org/gethelp Information about the program of Alcoholics Anonymous	GetHelp	347	4,775	7.27%	\$0.94	\$326.83
Is drinking causing problems? Maybe A.A. can help. www.aa.org/gethelp A brief look at the program of Alcoholics Anonymous	GetHelp	30	811	3.70%	\$0.70	\$21.11

[Traducción de los encabezados de la ilustración superior]

Ad: Anuncio
 Ad group: Grupo de anuncios
 Clicks: Clics
 Impr.: Impresiones
 CTR: Tasa de clics
 Avg. CPC: Costo promedio por clic
 Cost: Costo

Palabras clave	Costo	Clics	Impresiones CTR
aa meetings near me	3,259.14	4,915	10.57 %
AA meetings	1,141.70	1,902	15.32 %
aa website	696.07	749	9.63 %
alcohol anonymous	524.17	443	6.12 %
aaa meetings	361.03	548	8.94 %
aa online	309.41	450	10.06 %
aa org meetings	300.52	458	11.94 %

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

aa org	290.89	907	30.26 %
aa org	210.05	315	24.78 %
online aa meetings	126.73	181	8.67 %
Meeting Guide	110.67	212	33.02 %
aa near me	108.33	143	11.07 %
AA meeting finder	42.89	57	12.36 %
Meeting Guide app	41.15	96	35.82 %
alcoholics anonymous online	31.87	56	10.09 %
Alcoholics Anonymous	30.68	16	4.64 %
alcoholics anonymous meeting	30.31	53	8.85 %
aa groups near me	23.19	30	8.55 %
AA app	19.04	41	10.33 %
aa zoom meetings	17.54	33	10.22 %
aa pamphlet	12.94	10	10.20 %
12 step meetings near me	9.01	14	9.33 %
join aa	8.1	9	8.41 %
Alcohol problem	7.15	10	1.55 %
AA meeting directory	3.76	5	10.00 %
Find AA meeting	3.47	7	7.78 %
help for alcoholism	3.25	4	1.81 %
how to stop drinking	3.17	3	5.88 %
alcohol abuse and dependence	1.91	1	0.68 %
AA meeting list	0.9	2	18.18 %
Alcohol abuse	0.6	1	16.67 %
Recovery from alcoholism	0.25	1	0.79 %

Las palabras clave adicionales de nuestra cuenta no atrajeron tráfico este trimestre.

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO F: Evaluar el informe sobre “El desempeño de Meeting Guide”.

Notas de referencia:

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité revisó y aceptó el informe del Departamento de Servicios de Comunicaciones de la OSG sobre la aplicación Meeting Guide de AAWS. El comité espera recibir un informe que se presentará ante el Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023. El comité sugirió que la aplicación Meeting Guide mantenga su enfoque en brindar información sobre cómo localizar reuniones de AA.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité revisó y aceptó los informes de la OSG sobre la aplicación Meeting Guide de AAWS del primero y segundo trimestres de 2022. El comité espera que la funcionalidad del filtro se aplique tal y como se ha probado.

Del informe sobre la aplicación Meeting Guide correspondiente al primer trimestre de 2022:

DESARROLLO DE LA APLICACIÓN Y SU MANTENIMIENTO Y SOPORTE

Resumen: Durante el primer trimestre, el equipo de trabajo para la aplicación colaboró con Perficient en el desarrollo y las pruebas de la versión 3.9.30. El equipo de trabajo prosiguió el estudio y la revisión del prototipo de la próxima versión principal, que incluirá una mejora de la interfaz de usuario y de las funciones relacionadas con los filtros; este nuevo paso también sentará las bases para una futura mejora relacionada con las reuniones en línea frente a las reuniones presenciales.

Características de la versión 3.9.30:

- La pantalla Contacto ha sido reorganizada con un nuevo enlace al sitio de ayuda en línea de la aplicación Meeting Guide.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Corrección de algunos errores que impedían mostrar los tipos de reunión con un guión “-”, como “Accesible para sillas de ruedas” (en inglés, “Wheelchair-Accessible”).

Del informe sobre la aplicación Meeting Guide correspondiente al segundo trimestre de 2022:

Resumen: Durante el segundo trimestre, el equipo de trabajo para la aplicación siguió colaborando con Perficient en el diseño y las pruebas de filtros mejorados para las reuniones (detallados en informes anteriores). El equipo de trabajo terminó la investigación de usuarios relacionada con los filtros; dicho informe se también se ha incluido. De acuerdo con esta investigación, el plan consiste en seguir adelante con la mayor parte de la funcionalidad tal y como se ha probado; el proveedor se encargará de corregir los errores y realizar las mejoras que resulten de las conclusiones del informe y de las conversaciones posteriores a la investigación.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité revisó el informe sobre la aplicación Meeting Guide de AAWS del tercer trimestre. El comité habló sobre la analítica web relativa a los tipos de dispositivos móviles en los que se utiliza nuestra aplicación, así como sobre la analítica web referente a los idiomas de los usuarios de la aplicación. Para mejorar los informes trimestrales en el futuro, se pide al Departamento de Servicios de Comunicación que incluya una sección sobre los comentarios recibidos acerca de la aplicación.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de 2023 el informe “Desempeño de Meeting Guide: julio a septiembre de 2022”.

Material de referencia:

1. [Informe sobre la aplicación Meeting Guide de AAWS del tercer trimestre de 2022.](#)

[Volver a la agenda](#)



La aplicación Meeting Guide: Informe del tercer trimestre de 2022

Agosto a septiembre

DESARROLLO DE LA APLICACIÓN Y SU MANTENIMIENTO Y SOPORTE

Resumen: La versión 4.0 se lanzó en septiembre, tras muchos meses de diseño, desarrollo, investigación con los usuarios y pruebas. No se ha informado de ningún error de funcionamiento y, según los comentarios recibidos, parece considerarse una evolución intuitiva y natural de la interfaz de usuario y la funcionalidad de la aplicación. Tras muchos meses centrados en el *front-end* (trabajo de cara al usuario), el equipo de trabajo y Foster Made han pasado a centrarse en el *back-end* (funcionamiento interno) y en la mejora de los datos.

Aspectos destacados del diseño y desarrollo:

- La versión 4.0 de la aplicación Meeting Guide se lanzó el 9 de septiembre. Esta versión incluye lo siguiente:
 - Mejoras en el filtrado de reuniones: en la página principal, los usuarios pueden tocar fácilmente para cambiar el día, la hora o las opciones de asistencia.
 - Posibilidad de seleccionar varios filtros: Los usuarios pueden deslizar el dedo hacia la izquierda en la barra de filtros para acceder al panel de todos los filtros. Esta opción permite a los usuarios seleccionar varios criterios para limitar los resultados de las búsquedas de reuniones.
- Foster Made empezó a trabajar en la mejora de los datos devueltos a la aplicación, especialmente en relación con la interpretación de la geocodificación de Google.
- El *backend* administrativo se actualizó con funcionalidades para apoyar mejor la aplicación.
- PRÓXIMAMENTE:
 - No hay versiones importantes, ya que el equipo de trabajo se está centrando en el diseño y el estudio de mejoras de la interfaz de usuario para representar las reuniones en línea frente a las presenciales.
 - Diseño y creación de prototipos para un tablero de mando de entidades: el equipo está estudiando la posibilidad de exponer determinada información disponible en el *back-end*, como el estado de la conexión, la información de contacto, etcétera, a las entidades en modo de visualización.

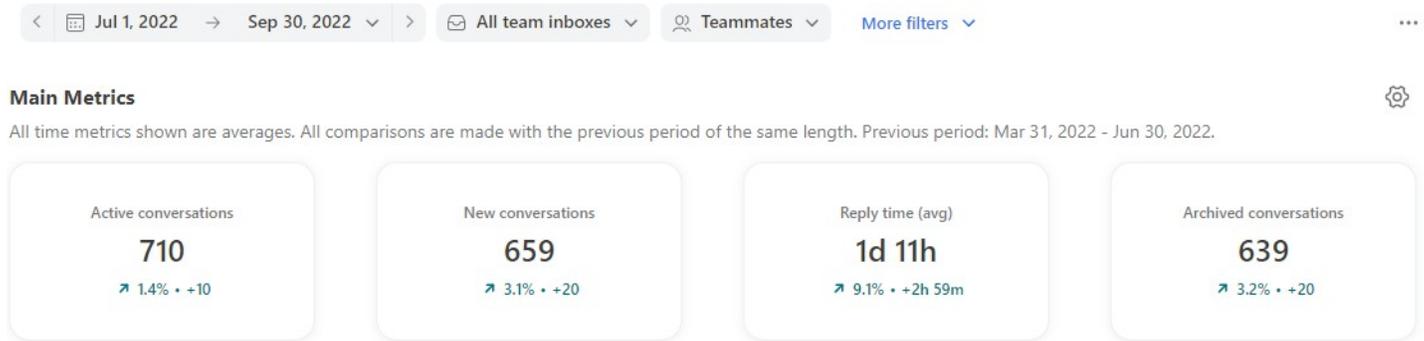
Colaboración con Code for Recovery (CFR):

- Se celebraron reuniones mensuales con el equipo que da soporte al plug-in TSML, para intercambiar actualizaciones e ideas.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Aspectos destacados del soporte:

- Fragmento del informe Front del segundo trimestre, que muestra el número de conversaciones:



[Traducción de encabezados] 1 de julio de 2022 / 30 de septiembre de 2022 / Buzones de entrada de todo el equipo de trabajo / Integrantes del equipo de trabajo / Más filtros

[Traducción del párrafo]

Métricas principales

Todas las métricas temporales mostradas son medias. Todas las comparaciones se hacen con el período anterior de la misma duración. Período anterior: 31 de marzo al 30 de junio de 2022.

[Traducción de recuadros] Conversaciones activas / Nuevas conversaciones / Tiempo de respuesta (promedio) / Conversaciones archivadas

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Fragmento del informe Front del primer trimestre, que muestra los principales temas de conversación:

Top Tags ⓘ



Education Needed	172	↗	+88
Add/Update (local entity)	102	↘	-11
Find a Meeting	76	↗	+7
Add/Update Meeting or Local Ent...	61	↘	-1
App Data/Import/WP Plugin Issue	50	—	
Feedback/Feature Request	49	↗	+7
Temp/Online/Closures	48	↗	+17
No Coverage/Nonparticipating O...	29	↗	+8
Other Program (Al-Anon, NA etc.)	20	↘	-1
Cry for help	15	↘	-6

Etiquetas principales

Se requiere capacitación

Agregar o actualizar (entidad local)

Encontrar una reunión

Agregar o actualizar una reunión o una entidad local

Datos de la aplicación / Importar / Error del plug-in WP

Comentarios o solicitud de características

Temporal / En línea / Cierres

Sin cobertura / O... sin participación

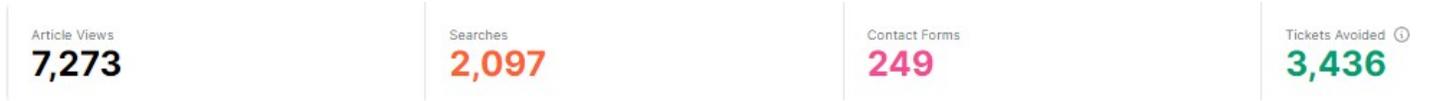
Otro programa (Al-Anon, NA, etcétera)

Solicitud de ayuda

Este trimestre se ha producido un aumento del correo electrónico recibido por el soporte de la aplicación, aunque el incremento no se correlaciona con problemas o errores. El aumento parece deberse a un mayor número de consultas procedentes de nuestro sitio HelpDocs, lo que se traduce en un mayor porcentaje de consultas sobre “Se necesita capacitación”. Las consultas a HelpDocs pueden realizarse independientemente de la persona que disponga de la aplicación.

HelpDocs:

- Las visitas al sitio **Article Views** (vista de artículos), **Searches** (búsquedas) y **Contact Forms** (los formularios de contacto) han seguido aumentando desde el segundo trimestre.



[Traducción de encabezados] Visualizaciones de artículos / Búsquedas / Formularios de contacto / Solicitudes de casos evitados

Top Articles			Top Categories		
TITLE		VIEWS	CATEGORY		VIEWS
Finding online or in-person meetings	10.94%	796	Using Meeting Guide	33.32%	2,423
How to Connect to Meeting Guide	10.75%	782	Getting Started	26.07%	1,896
Deciding to Connect	10.13%	737	How To...	22.89%	1,665
Finding meetings in other locations	8.79%	639	About Meeting Guide	11.60%	844
What is Meeting Guide?	8.41%	612	Troubleshooting	3.49%	254
Minimum requirements for participating in Meeting Guide	7.19%	523			
How to add online meeting information	4.91%	357			
Finding Meetings by Day, Time, Attend option or Type	3.95%	287			
Software platforms	3.24%	236			
Finding meetings by keyword	2.94%	214			

[Traducción de encabezados] **Artículos principales**

Categorías principales

[Traducción de encabezados secundarios] Título / Visualizaciones

Categoría / Visualizaciones

[Traducción de los títulos del primer recuadro]

Encontrar reuniones en línea o presenciales / Cómo conectarse a la aplicación Meeting Guide / Decidirse a conectarse / Encontrar reuniones en otros lugares / ¿Qué es la aplicación Meeting Guide? / Requisitos mínimos para participar en la aplicación Meeting Guide / Cómo agregar información de una reunión en línea / Encontrar reuniones por día, fecha y opción o tipo de asistencia / Plataformas informáticas / Encontrar reuniones mediante palabras claves

[Traducción de los títulos del segundo recuadro]

Para utilizar la aplicación Meeting Guide / Cómo comenzar / ¿Cómo hago para...? / Acerca de la aplicación Meeting Guide / Resolución de problemas

COMUNICADOS Y DIFUSIÓN

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El boletín trimestral del verano se distribuyó a un amplio público que incluía entidades de servicio, delegados y delegadas a la Conferencia y coordinadores de área. El anuncio de la actualización de la versión 4.0 se envió al mismo público.

En la conferencia de NAATW (Taller Nacional de Tecnología de AA) se presentaron los aspectos más destacados y la analítica web de la aplicación Meeting Guide.

ANALÍTICA WEB:

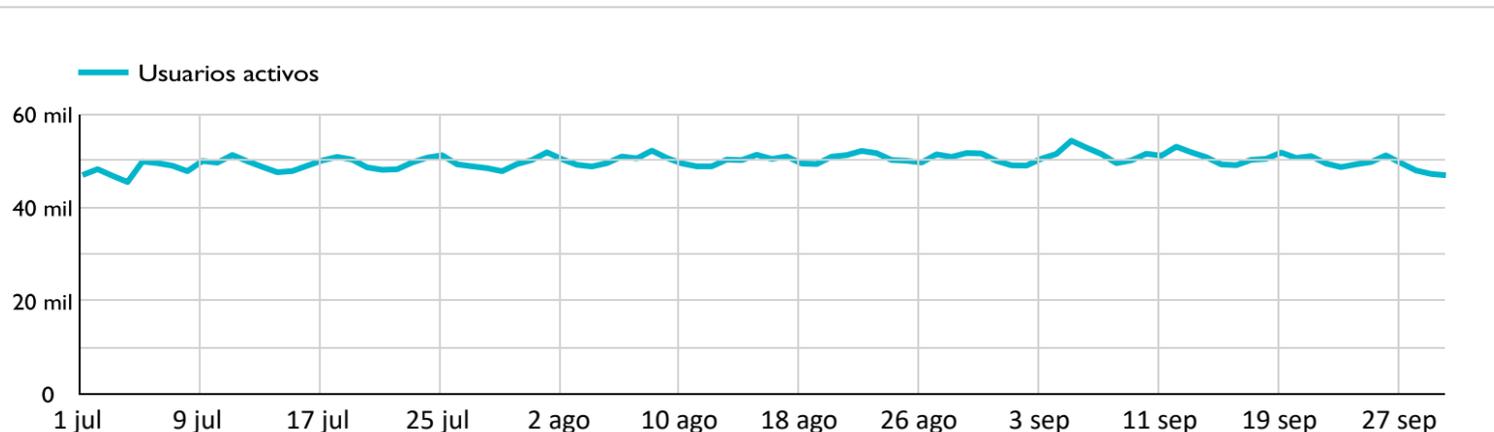
Google Analytics, que se incluye a continuación, muestra un aumento del total de usuarios desde el segundo trimestre de 575,927 a 627,460.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



1 de julio de 2022
al 30 de septiembre de 2022

Audiencia de un vistazo

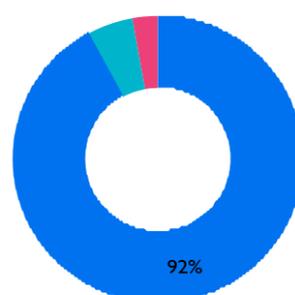


Total de usuarios
627,460

Sesiones por usuario
11.33

Sesiones
6,752,559

Dispositivo utilizado



● Apple ● Samsung ● Otros

Usuarios activos
595,780

Nuevos usuarios
229,688

Distribución por idiomas

Idioma	Vistas	Total de usuarios	Nuevos usuarios
1. Inglés	30,694,601	605,761	222,879
2. Francés	516,931	12,659	4,209
3. Español	39,720	1,883	827
4. Polaco	30,545	2,183	855
5. Alemán	25,311	658	257
6. Noruego	7,316	233	127
7. Japonés	4,548	180	50
8. Neerlandés	2,942	168	73
9. Ruso	2,889	103	61
10. Corso	2,374	5	5

1 - 10 / 58 < >

Países principales

País	Vistas	Total de usuarios
1. Estados Unidos	29,148,102	572,825
2. Canadá	1,706,831	38,563
3. Australia	143,181	2,672
4. Reino Unido	45,261	4,317
5. Alemania	37,312	1,317
6. Polonia	33,097	2,237
7. Nueva Zelandia	31,205	683
8. Francia	21,360	1,110
9. España	13,737	713
... Sudáfrica	11,620	617

1 - 10 / 198 < >

Ciudad	Visitas	Total de usuarios
1. (No establecida)	2,115,657	100,067
2. Nueva York	1,499,596	47,196
3. Los Ángeles	1,079,923	37,548
4. Filadelfia	738,438	29,167
5. Chicago	659,759	31,684
6. Seattle	544,964	21,853
7. Dallas	458,652	22,104
8. Boston	443,318	18,084
9. Atlanta	429,918	20,890
... Washington	427,236	15,032
... Miami	403,503	17,933
... San Francisco	403,203	16,541
... Denver	359,379	19,616
... Houston	358,214	16,395
... Charlotte	349,538	17,205
... Phoenix	346,869	13,325
... Orlando	332,189	18,881
... San Diego	309,457	9,958
... Montreal	299,043	11,116
... Columbus	295,633	12,036
... Raleigh	289,533	10,549
... Nashville	282,664	11,961
... Tampa	278,511	12,197
... Sacramento	247,796	10,598
... Portland	219,170	8,367

1 - 25 / 12002 < >

Utilización de características de la aplicación

Título de la página y nombre de la pantalla	Vistas
1. (no establecida)	18,315,161
2. MeetingList	4,441,885
3. MeetingsDetail	4,353,388
4. MeetingsFilter	1,385,977
5. MeetingsSearch	1,259,394
6. QuoteScreen	452,383
7. NewsScreen	312,201
8. FavoritesScreen	267,549
9. MeetingsList	253,885
10. ContactScreen	161,261
11. FavoritesMeetingsDetail	75,504
12. ContactUpdate	11,426
13. ContactLocal	11,287
14. ContactLiterature	9,635
15. Quote	7,415
16. AboutScreen	7,195
17. News	3,160
18. ContactConnect	2,798
19. ContactSuggestion	2,385
20. Favorites	2,192
21. Contact	1,871
22. ContactPrivacy	173

1 - 22 / 22 < >

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Grupos de métricas personalizadas a incluir desde Google Analytics Firebase: Términos de búsqueda, adhesiones en línea, adhesiones telefónicas, clics para contribuir, enlaces externos (% OSG y GV frente a % del resto). El Departamento de Servicios de Comunicación trabajará con el proveedor para su implementación.

[Volver a la portada](#)

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO G: Evaluar el “Informe del cuarto trimestre de 2022 sobre la supervisión del sitio web de AA de la OSG por parte de la Junta de AAWS”.

Notas de referencia:

Notas de referencia del miembro del personal para la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022:

Según informó la secretaria del personal de servicios de tecnología y comunicaciones, no hubo una reunión del comité del sitio web por el lanzamiento del nuevo sitio web en el cuarto trimestre. Los siguientes informes cubren el diseño, desarrollo y lanzamiento del nuevo sitio web, así como los puntos destacados luego del lanzamiento (tanto completados como pendientes).

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022:

El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022 un informe, el “Informe del cuarto trimestre de 2021 sobre la supervisión del sitio web de AA de la OSG por parte de la Junta de AAWS”.

Consideración del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité revisó y aceptó los informes anuales de 2021 del Comité de Información Pública de los custodios sobre aa.org. El comité opina que el sitio web es más fácil de navegar y que es intuitivo. El comité sugirió que la OSG continúe mejorando nuestra optimización de motores de búsqueda, fijando prioridades y objetivos razonables para ir avanzando.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios de julio de 2022:

El comité revisó y aceptó los informes de la OSG del primer y segundo trimestres de 2020 sobre el sitio web de AA de la OSG.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Del informe sobre el sitio web de la OSG del primer trimestre de 2022:

Resumen: Durante el primer trimestre, el equipo de desarrollo de servicios de comunicaciones continuó trabajando con Perficient en proyectos del desarrollo del sitio web, incluyendo características identificadas antes del lanzamiento (puntos de la fase 2), actualizaciones basadas en sugerencias internas y públicas luego del lanzamiento, errores o necesidades inmediatas o identificadas recientemente de mejoras del sitio.

El equipo también comenzó a trabajar en el mantenimiento del sitio, ofreciendo respaldo continuo, como por ejemplo: cumplir las solicitudes de actualización de los departamentos de la OSG, publicaciones habituales de contenido de la web, como noticias y eventos y actualizaciones de audio, video y literatura.

Puntos destacados del desarrollo:

- Se completó la transición del antiguo proveedor de servicios de *webhosting*, Rackspace, incluyendo el traslado del DNS.
- Lanzamiento de la producción: 15/2/22: Se alineó la producción, se aplicaron los parches de seguridad de Drupal y las actualizaciones críticas de Reflexiones Diarias.
- Actualizaciones de Reflexiones Diarias: Se arregló un problema con las zonas horarias, se añadió el texto y fecha de la reflexión diaria al correo electrónico para compartir. Se cambió el texto del correo electrónico para compartir la reflexión diaria a “Vea la reflexión diaria de hoy...”
- Lanzamiento de la producción: 15/3/22: Actualizaciones de importación de AANY, actualizaciones de “backend” de ubicaciones de AANY, actualizaciones de SoundCloud, correcciones de errores menores.
- Implementación de SoundCloud en dos variantes diferentes, reproductor para descargar o incluido en la página (usado en las páginas individuales y en la biblioteca de medios).
- Descubrimiento del proyecto de la presentación de historias para la quinta edición del Libro Grande.
- Investigación inicial para solucionar el problema del spam en los formularios del sitio.
- Recopilación y educación sobre los requisitos de flujo de trabajo de CMS.

Del informe sobre el sitio web de la OSG del segundo trimestre de 2022:

Resumen: Durante el segundo trimestre, el equipo de desarrollo de servicios de comunicaciones continuó trabajando con Perficient en proyectos del desarrollo del sitio web, incluyendo características identificadas antes del lanzamiento (puntos de la fase 2), actualizaciones basadas en sugerencias internas y públicas luego del lanzamiento, errores o necesidades inmediatas o identificadas recientemente de

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

mejoras del sitio. El equipo trabajó con el equipo de traducciones de Publicaciones para establecer un proceso continuo para identificar y completar las traducciones. El equipo trabajó con el gerente de proyectos de servicios de tecnología y Perficient para establecer un proceso UAT (prueba de aceptación de los usuarios) permanente. El equipo también continuó con el respaldo permanente del sitio, por ejemplo: cumplir las solicitudes de actualización de los departamentos de la OSG, publicaciones habituales de contenido de la web, como noticias y eventos y actualizaciones de audio, video y literatura.

Puntos destacados del desarrollo:

- Colaboración con el gerente de proyectos de servicios de tecnología y Perficient para el proceso de presentación de historias de la quinta edición, formulario web y flujo de trabajo.
- Discusión y diseño inicial para presentar el audio de Reflexiones Diarias en el sitio web.
- Copia de respaldo del sitio presentada por Perficient a Servicios de Tecnología y desarrollo de servicios de comunicación para avanzar con AWS como la solución.
- Perficient continúa trabajando con servicios de tecnología para resolver el spam de los formularios.
- Descubrimiento del calendario con Perficient, recopilación de requisitos, reuniones e historias de usuarios.
- Lanzamiento de la producción: 18/5/22: Listas de selección de pedidos alfa AANY y acceso a visión general del contenido; mapa del sitio HTML; actualización de seguridad; traducción de etiquetas y títulos de campos; abrir tareas de confirmación de importación; habilitar la moderación de contenido; corrección de error tipográfico en el correo de Reflexiones Diarias; actualizar favicono (ícono de página); módulo de herramienta de escaneo de archivos; añadir ícono de AANY al encabezado móvil; importar: actualización de mapeo de países; crear o borrar nodos en español y francés; fijar capacidades de enlaces de anclaje (*anchor links*).
- Descubrimiento de Prensa y Medios y Notas de prensa con Perficient e IP.
- Lanzamiento de la producción: 22/6/22: Emparejar la página de inicio con el calendario de Reflexiones Diarias, pedido de libros (T4??), evaluar las limitaciones de traducciones de nodos, visualización de la zona horaria y contenido del formulario web, creación de vistas dinámicas de las áreas de AA, modificación del mapa del sitio intuitivo para que sea dinámico (se sigue mejorando, no se ha hecho público), papel del formulario web.

Puntos destacados sobre el mantenimiento y respaldo del contenido:

- Se implementó una página sobre el Foro de Conexiones Norte / Sur y avisos relacionados con el mismo en el sitio web.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Se publicó una página sobre los Doce Conceptos en el sitio web.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité revisó el informe del tercer trimestre sobre el sitio web de AA de la OSG. El comité preguntó sobre el estatus de la mejora de la optimización de motores de búsqueda y se enteró de que Servicios de Comunicaciones tiene planes de actualizar la descripción en la página y las descripciones de los resultados de los motores de búsqueda en los tres idiomas. Estos textos breves describirán mejor el contenido de nuestro sitio.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité discutió el informe trimestral sobre la supervisión del sitio web de AA de la OSG. Servicios de Comunicaciones destacó que el lanzamiento de la última iteración de Google Analytics (G4) ha afectado la generación de informes y que la oficina está trabajando para obtener más información sobre los pasos siguientes. El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el “Informe sobre la supervisión del sitio web de AA de la OSG por parte de la Junta de AAWS, del tercer trimestre de 2022: julio a septiembre.

Material de referencia:

1. Informe del tercer trimestre de 2022 sobre la supervisión del sitio web de AA de la OSG por parte de la Junta de AAWS.

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



Informe sobre el sitio web: Informe del tercer trimestre de 2022

Julio a septiembre

DESARROLLO DE AA.ORG, ACTUALIZACIÓN DEL CONTENIDO, Y SU MANTENIMIENTO Y SOPORTE

Resumen: Durante el tercer trimestre, el equipo del Departamento de Servicios de Comunicaciones siguió trabajando con la empresa Perficient en proyectos de desarrollo del sitio web, incluyendo las características identificadas antes del lanzamiento (elementos de la fase 2), actualizaciones basadas en los comentarios internos y públicos posteriores al lanzamiento, errores de programación o necesidades de mejora urgentes, y en mejoras del sitio recientemente identificadas.

El equipo también ha seguido dando soporte continuo al sitio web: atendiendo las solicitudes de actualización en el sitio de los departamentos internos de la OSG; publicando de manera habitual contenidos en el sitio web, como noticias y eventos, y actualizando elementos de audio, video y literatura.

Aspectos destacados del desarrollo:

- Diseño y desarrollo de la funcionalidad Calendario en aa.org.
- Configuración del contenido para la nueva funcionalidad Mapa del sitio (puesta en marcha y en espera de las correcciones finales del desarrollo).
- Descubrimiento de la funcionalidad de las preguntas frecuentes dinámicas.
- Lanzamiento de la producción: 26 de julio de 2022. Actualización a PHP versión 8.0; incorporación de la función Add para eliminar archivos; activación del honeypot; activación del redireccionamiento 404; actualización del estilo de la página del boletín de FE; activación de la supervisión APM; eliminación de la configuración de los ajustes de traducción.
- Lanzamiento de la producción: 23 de agosto de 2022. Actualización a la versión de Drupal core 9.4; se limitó el tamaño de los archivos internos que se suben a los campos multimedia; se actualizaron las etiquetas traducidas de AANY; se actualizaron las configuraciones para GA4; se corrigieron los 404 a nivel de sistema.
- Se implementó GA4.

Aspectos destacados del mantenimiento y soporte del contenido:

- Configuración del contenido para la nueva funcionalidad Mapa del sitio (puesta en marcha y en espera de las correcciones finales del desarrollo).
- Página de llegada y formulario web para el envío de propuestas para el proyecto de Videos de jóvenes de 2022.

ANALÍTICA WEB:

Google Analytics ya está disponible para aa.org, y, como se esperaba, el tráfico y el uso del sitio continúan aumentando en la nueva versión del sitio. Como también se esperaba, la página Reflexiones diarias sigue siendo el principal atractivo del sitio.



I de julio de 2022 al 30 de septiembre de 2022

Audiencia de un vistazo



Usuarios
4,337,380

Nuevos usuarios
4,233,437

Número de sesiones por usuario
1.45

Sesiones
6,276,569

Visualizaciones de página
7,825,012

Páginas / Sesiones
1.25

Promedio Duración de la sesión
00:00:41

Tasa de rebote
80.99 %

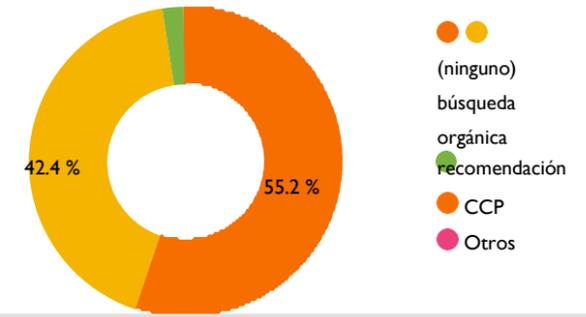
Distribución por países

País usuarios	Usuarios	Nuevos
1. Estados Unidos	3,409,828	3,323,182
2. México	237,890	232,403
3. Canadá	228,507	221,154
4. Reino Unido	89,169	84,199
5. India	36,611	36,677
6. Países Bajos	29,946	25,523
7. Australia	28,077	27,112
8. España	22,126	21,393
9. Francia	19,021	18,264
10. Colombia	18,118	17,664

Distribución por idiomas

Idioma	Usuarios	Nuevos usuarios
1. en-us	3,454,727	3,360,217
2. en-gb	168,391	162,953
3. es-419	135,959	130,885
4. en-ca	128,953	126,150
5. es-us	106,483	103,004
6. es-mx	71,189	69,428
7. es-es	58,258	56,667
8. en-au	35,603	34,887
9. en	31,175	30,686
10. fr-ca	26,624	26,314

¿De qué manera encuentran aa.org los visitantes? (Medio)



Medio	Usuarios	Nuevos usuarios
1. (ninguno)	2,389,401	2,336,561
2. Búsqueda orgánica	1,906,399	1,796,494
3. Recomendación	100,663	90,839
4. CCP	11,361	9,665
5. Anuncio	429	429

¿Dónde supieron de nosotros? (Fuente)

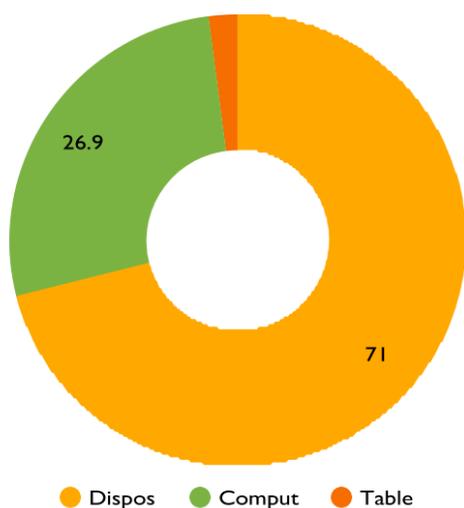
Fuente	Visualizaciones de páginas
1. (directo)	4,048,547
2. Google	3,305,241
3. Bing	150,920
4. Yahoo	60,412
5. Duckduckgo	38,751
6. optisigns.com	16,390
7. aa-intergroup.org	13,152
8. m.facebook.com	10,320
9. canada.ca	7,639
10. lm.facebook.com	5,289
11. recoverydaily.com	5,248
12. aa-quebec.org	3,891
13. intherooms.com	3,462
14. l.facebook.com	3,329
15. ecosia.org	2,971
16. medlineplus.gov	2,595
17. verywellmind.com	2,494
18. linkedin.com	2,421
19. aaegroupusa.com	2,008
20. 12steps.nz	1,987
21. secure.myspiritualtoolkit.com	1,958
22. aanorthcarolina.org	1,900
23. alcooliques-anonymes.fr	1,817
24. meetingguide.helpdocs.io	1,754

Porcentaje de nuevos usuarios

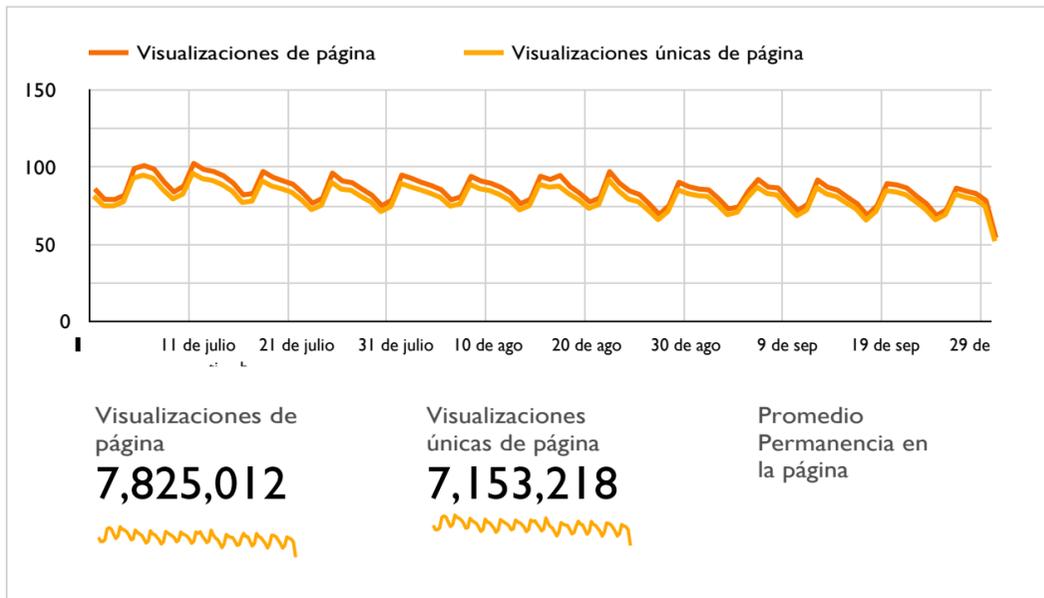


CONFIDENCIAL: Este informe pertenece a la Conferencia de Servicios Generales y es un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

¿Qué tipos de dispositivos



Panorama de los comportamientos del usuario

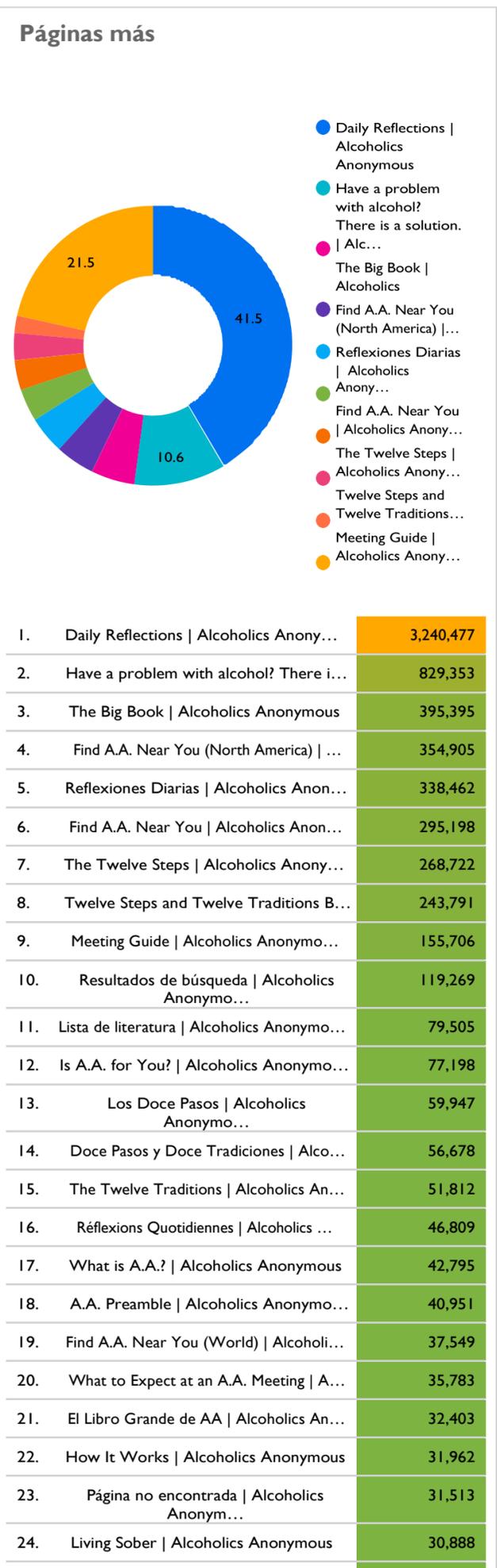


Interacción con formularios de contacto

Métrica personalizada que será desarrollada después de la reimplementación de la analítica web.

Muestra de los mejores formularios de todo el sitio con el volumen de correspondencia. ¿Se incluye la distribución por idioma?

¿Qué ven los visitantes cuando se encuentran en aa.org?



¿Qué desean encontrar los visitantes en

Término de la búsqueda	Visualizaciones de página
1.	
2.	Meetings 1,143
3.	Folletos 549
4.	Online meetings 499
5.	Meeting 464
6.	big book 427
7.	online meetings 425
8.	12 steps 424
9.	Daily reflections 424
10.	Living sober 377
11.	Daily reflection 375
12.	preamble 372

Comportamiento en A.A.

Métrica personalizada que será desarrollada después de la reimplementación de la analítica web.

Búsquedas y clics

Comportamiento en Big Book, y en las páginas del libro 12 y 12

Métrica personalizada que será desarrollada después de la reimplementación de la analítica web.

Principales eventos de interacción por cada página leída, mirada o escuchada

Medios principales, visualizaciones y

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Título de la página

Visualizaciones de página

13	how it works	367
14.	How it works	355
15.	Zoom meetings	352
16	promises	350
17.	Preamble	337
18	living sober	311
19	pamphlets	308
20.	Zoom	305
21	guidelines	301
22	I2 and I2	298
23.	Literatura	296
24	I2 traditions	295
25	Service manual	272

1 - 25 / 38,142



Interacciones con audio y video

Métrica personalizada por después de la desarrollarse reimplementación de la analítica web

Página de prensa

La mejora de esta página está en fase de debate y desarrollo. Métrica personalizada que será desarrollada

Eventos	Categoría del evento	Visualizaciones de página
1.	Descargas	
2.	Enlaces de	472,993
3.	Corr	67,697

1 - 3 / 3 < >

[Volver a la portada](#)



Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO H: Evaluar el informe sobre “El sitio web, marketing y pódcast de AAGV y La Viña”.

Notas de referencia:

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité revisó y aceptó el informe anual “Sitio web, marketing y pódcast de AAGV y La Viña” de 2021 sobre aagrapevine.org. El comité opina que la modernización reciente del sitio web del Grapevine es efectiva y atractiva. El comité opina que el pódcast del AA Grapevine ha sido bien recibido por muchos miembros de AA y es un método eficaz de compartir las voces recopiladas de los miembros de AA. El comité señaló que los anfitriones actuales podrían limitar la atracción a todos los miembros, miembros potenciales, o profesionales y que consideren todo el público objetivo en lo referente a la diversidad, la atracción y la pertenencia.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité revisó y aceptó los informes del primer y segundo trimestres de 2022 de la OSG sobre el sitio web, el *marketing* y el pódcast del AAGV y La Viña.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité revisó el informe del tercer trimestre sobre el sitio web, el *marketing* y el pódcast del AAGV y La Viña. El responsable de publicación del AA Grapevine informó de que el pódcast semanal se ha descargado más de doscientas cincuenta mil veces. Se han distribuido las primeras encuestas de opinión para ayudar en la planificación creativa inicial de una nueva aplicación del AA Grapevine.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el informe sobre “El sitio web, el *marketing* y el pódcast del AAGV y La Viña”.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Material de referencia:

1. Informe sobre el sitio web del Grapevine del 24 de junio de 2022.
2. Informe de audiencia web del Grapevine del 22 de junio.
3.
 - a) Informe de Información Pública del 28 de octubre de 2022.
 - b) Resumen de la audiencia web al 12 de octubre de 2022.
 - c) Métrica en Instagram del 1 de julio al 30 de septiembre de 2022.
 - d) Desempeño de los recursos del Grapevine del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.
 - e) Desempeño del tráfico web del AA Grapevine del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.
 - f) Desempeño del comercio en línea del AA Grapevine del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.
 - g) Desempeño del tráfico web de La Viña del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.
 - h) Desempeño del comercio en línea de La Viña del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



**Informe sobre
el sitio web**
24 de junio de 2022.
Niurka Meléndez

- Tarea en curso: Diferenciar el contenido original del duplicado en el sitio web de Drupal del Grapevine. Se han comprobado y actualizado manualmente más de cuatrocientos URL desde que se inició el proceso de auditoría en marzo.
- Tarea en curso: Incorporación del comercio en línea en el proyecto principal de los sitios web. (Exportación de datos desde el protocolo ESP, análisis de la API desde los anuncios de servicio público, comprensión de los métodos de envío y de los proveedores).
- Se creó e implementó una página personalizable en “Linktree” para el Grapevine y La Viña. La herramienta “Link in Bio” está disponible en ambas cuentas de Instagram de la siguiente manera:
 - linktr.ee/aagrapevine y linktr.ee/aalavina
- Se crearon e implementaron las siguientes páginas de destino:
 - La página “Welcome, Professionals” (bienvenidos los profesionales) aagrapevine.org/professionals
 - La página “Fun in Sobriety Book” (libro diversión en sobriedad) aagrapevine.org/fun-in-sobriety-book
 - La página “Diversión en sobriedad” aalavina.org/diversion-en-sobriedad
 - La página “Concepts 60 years” (sesenta años de los Conceptos) aagrapevine.org/concepts60years
- Fue renovado e implementado el aspecto del diseño de la mitad superior de la página de inicio (mantenimiento web) de los sitios web del Grapevine y La Viña. Ahora muestra tres cuadros de características que el coordinador web puede personalizar y editar internamente.
- En forma coordinada con North Studio, continúan los trabajos de mejoramiento del mantenimiento y soporte para los sitios web aagrapevine.org y aalavina.org.
 - El modelo de URL de eventos fue actualizado para incluir la fecha.
 - Calculadora de tiempo de sobriedad: Se añadió una línea “Has estado sobrio durante” en la página de inicio. En la página de destino, añadimos una cadena de texto y un contador para “Tu total de días en sobriedad es”. Se eliminaron los iconos “segundos”, “minutos” y “horas”.
 - En la página de recursos: Se añadió un nuevo enlace para descargar el documento “Preguntas frecuentes sobre la Convención Internacional de 2025”. El mismo está disponible tanto en el sitio web del Grapevine como en el de La Viña.
 - Fue actualizado el contenido y el enlace de la página “Estamos aquí para ayudar” del Grapevine y La Viña.
- Se habilitaron las campañas de correo electrónico:
 - [La campaña del programa “La media hora del AA Grapevine”](#) fue lanzada el 10 de abril.
 - [La campaña del libro Diversión en sobriedad](#) fue lanzada el 22 de abril.
- Se realizaron los trabajos habituales para el mantenimiento de las listas de distribución de correo del sistema de correo de marketing Constant Contact.

- Desempeño de las listas de suscriptores (últimos treinta días): Grapevine: 419↑ y La Viña: 19↑
- Tareas continuas para crear y publicar boletines informativos:
 - exclusivas semanales en la web;
 - noticias mensuales sobre productos del Grapevine;
 - boletines trimestrales de Tu grupo, y,
 - supervisar el establecimiento de las cuotas diarias del Grapevine y La Viña en los sitios web y los correos electrónicos masivos.
- Se está trabajando en la preparación de los códigos UTM (Motorización de Tráfico de Urchin, una herramienta de analítica web) y añadiéndolos a los boletines del AA Grapevine, en las comunicaciones masivas por correo electrónico, y en los artículos para Linktree.
- Se está trabajando en colaboración con Sticky Media en el mejoramiento de los metadatos, tanto para el sitio web como para el de aalavina.org. Hasta ahora, en 2022, hemos optimizado juntos 52 páginas.
- Participamos en las reuniones quincenales para la optimización de motores de búsqueda de Sticky Media.
- Seguimos apoyando a la OSG, ahora en sus reuniones del plan de pódcast que están desarrollando Información Pública, el Departamento de Servicios de Comunicación y el Grapevine.
- Se creó e implementó la página de destino del “Proyecto de entrevistas con las fuerzas armadas” de AAWS en los sitios web del Grapevine y La Viña.
 - aagrapevine.org/armed-forces-interview-project (GV)
 - aalavina.org/proyecto-fuerzas-armadas (LV)
- Se actualizó el contenido de las páginas de destino “Actualizaciones importantes”, mostrando enlaces a información, avisos y proyectos de la OSG y del AAGV, Inc.
 - aalavina.org/actualizaciones-importantes (LV)
 - <https://www.aagrapevine.org/important-updates> (GV)

Informe sobre el pódcast

al 11 de julio de 2022

Episodios: 41

Episodios descargados: 163,402

En promedio, se realizan 3,985 descargas por episodio. Según el sitio web podcast.co, si un episodio consigue más de 1,000 descargas, está entre el 20 % de los mejores. Si consigue más de 2,900 descargas, se encuentra entre el 10 % superior.

Las descargas de los pódcast han aumentado un 7 % en los últimos veintiocho días, en comparación con los veintiocho días previos.

En dónde son escuchados:

En Apple: 50 %

En el sitio del Grapevine: 23 %

En Spotify 12 %

El porcentaje restante se distribuye entre Amazon, Overcast, Stitcher y Podbean.

Cómo son escuchados:

Mediante una aplicación móvil: 74 %

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Mediante un navegador web en un dispositivo móvil: 12 %
Mediante un navegador web en un equipo de escritorio: 4 %

Sistemas operativos:

iOS: 68 %

Android: 16 %

Otros: 9 %

Windows: 3 %

macOS: 2 %

También en chromeOS, AmazonOS y Linux.

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



Resumen de la audiencia web

DESCRIPCIÓN	AAGRAPEVINE.ORG			TIENDA EN LÍNEA DEL GRAPEVINE			AALAVINA.ORG			TIENDA EN LÍNEA DE LA VIÑA			Adquisición: POR MEDIO DE CAMPAÑAS DE AAGV, INC. AAGRAPEVINE			Aplicación Meeting Guide		
	MESES	ABRIL	MAYO	JUNIO (*)	ABRIL	MAYO	JUNIO (*)	ABRIL	MAYO	JUNIO (*)	ABRIL	MAYO	JUNIO (*)	CAMPAÑA	AALAVIÑA	CAMPAÑA	AAGV	AALV
Sesiones	110,936	102,834	46,065	21,214	19,537	7,730	3,961	4,594	1,815	1,504	2,152	573	2,616	Envío masivo de correos sobre el libro Diversión	169	Envío masivo de correos sobre el libro Nuevo	18	6
Nuevos usuarios	87,695	81,065	36,069	13,909	13,040	5,559	2,981	3,528	1,392	985	1,442	391	1,576	Noticias productos	156	LV-DQ	14	6
Visitantes que vuelven	9,963	9,080	4,743	4,093	3,893	1,884	271	471	151	249	441	105		Podcast-DQ				
Visualizaciones de páginas	185,427	172,622	78,665	226,909	198,818	80,009	6,511	6,997	3,061	14,521	15,092	5,455		CTM-DQ				
Promedio de visualizaciones por sesión	1.67	1.68	1.71	10.7	10.18	10.35	1.64	1.52	1.69	9.65	7.01	9.52		AFI-Project-DQ				

Proyectos

AL 15 DE JUNIO DE 2022*

Audio Stories Collected (historias recopiladas en audio)	381
Daily Quote (cita del día)	45,965
Weekly Stories (historias semanales)	17,348
Monthly News	54,805

Páginas más visitadas del Grapevine

1. Homepage (página de inicio)
2. /sobriety-calculator (calculadora de sobriedad)
3. /magazine (revista)
4. /login (Ingresar como)

Páginas más visitadas de La Viña

7. /archive (archivo)
1. /inicio
8. /site-search (buscar en el sitio)
2. /la-revista
9. /carry-the-message (transmisión del mensaje)
4. /usuario/inicio-
10. /fun-in-sobriety-book (libro)
5. /recursos
9. /diversion-en-sobriedad
10. /estamos-aquí-para-avud

Fuente: Contacto constante | Centro de voz único

CÓDIGOS UTM Tráfico dirigido a los sitios web aagrapevine.org y aalavin.org por medio de las campañas de correo del AA Grapevine.

Sesiones: se refiere al número de visitas al sitio web dentro del intervalo de fechas.
Nuevos usuarios: se refiere al número de nuevos visitantes durante el intervalo de fechas que abarca el informe.
Páginas vistas: se refiere al número de páginas que han sido visualizadas durante el intervalo establecido.
Páginas visualizadas por visita: se refiere al número medio de páginas que un visitante ve por visita.

CONFIDENTIEL : Ceci est un document de référence pour la Conférence des Services généraux et, à ce titre, il peut s'agir d'un document confidentiel des AA. Sa distribution est limitée aux membres des AA. Le placement de ce document dans un endroit accessible au public, y compris certains aspects d'Internet, comme les sites Web accessibles au public, peut porter atteinte à sa confidentialité et à l'anonymat des membres, puisqu'il peut contenir leurs noms et adresses complets.

Campaign	Acquisition		
	Users	New Users	Sessions
AAGRAPEVINE.ORG	7,737 % of Total: 3.73% (207,392)	6,869 % of Total: 3.37% (203,865)	10,299 % of Total: 2.96% (249,222)
1. Fun-Sobriety-Book	2,616 (32.76%)	2,389 (34.78%)	3,050 (29.61%)
2. GV-Product-News	1,576 (19.70%)	1,255 (18.27%)	2,340 (22.72%)
3. Podcast-DQ	1,479 (18.49%)	1,283 (18.68%)	2,099 (20.38%)
4. CTM-DQ	1,358 (16.97%)	1,155 (16.81%)	1,573 (15.27%)
5. AFI-Project-DQ	229 (2.86%)	208 (3.03%)	253 (2.46%)
6. GV-News-June2021	172 (2.15%)	129 (1.88%)	206 (2.00%)
7. GV_Podcast	164 (2.05%)	145 (2.11%)	230 (2.23%)
8. GV-News	124 (1.55%)	77 (1.12%)	186 (1.81%)
9. Back-in-stock	63 (0.79%)	52 (0.76%)	108 (1.05%)
10. IG-Linktree	57 (0.71%)	50 (0.72%)	63 (0.61%)

Campaign	Acquisition		
	Users	New Users	Sessions
AALAVINA.ORG	432 % of Total: 5.25% (8,231)	383 % of Total: 4.84% (7,912)	611 % of Total: 5.88% (10,294)
1. Nuevo-libro	169 (38.24%)	153 (39.95%)	195 (31.91%)
2. LV Homepage Ad	156 (35.29%)	136 (35.51%)	278 (45.50%)
3. LV-CM_DQ	65 (14.71%)	49 (12.79%)	82 (13.42%)
4. LV-Linktree	16 (3.62%)	15 (3.92%)	16 (2.62%)
5. FA-Proyecto-DQ	13 (2.94%)	9 (2.35%)	14 (2.29%)
6. 03-16-15	9 (2.04%)	9 (2.35%)	9 (1.47%)
7. IG-Linktree	4 (0.90%)	2 (0.52%)	7 (1.15%)
8. GV05122021	3 (0.68%)	3 (0.78%)	3 (0.49%)
9. GV10192020	3 (0.68%)	3 (0.78%)	3 (0.49%)
10. Free-Access	1 (0.23%)	1 (0.26%)	1 (0.16%)

[Volver a la portada](#)



Comité de Información Pública
Punto de agenda H:
Doc. 3a

A: Comité de Información Pública de los custodios
De: Chris Cavanaugh
Fecha: 13 de octubre de 2022.
Asunto: Sitio web de AA Grapevine, Inc.

- Tarea en desarrollo: proyecto de comercio en línea:
 - Elaboración de audiolibros: Producción y atención al cliente, mediante la descarga de archivos MP3 y MP4; transferencia a North Studio para el acceso a la tienda Drupal.
 - Transferencia de datos de suscriptores y tarjetas de crédito de Omeda a PSA.
 - Proporcionar a ESP un volcado de la base de datos a PSA. (Archivo con la estructura y el contenido de la base de datos).
- Creación de páginas de destino en los principales sitios web:
 - Incremento de precios:
www.aagrapevine.org/news-release
www.aalavina.org/comunicado
 - Volante informativo sobre las aplicaciones del Grapevine y La Viña:
www.aagrapevine.org/sites/default/files/2022-08/Future_GV-App_Ideas.pdf
www.aalavina.org/sites/default/files/2022-08/Futuro_LV-App_Ideas.pdf
 - Nuevo libro:
www.aagrapevine.org/New_Book_Sobriedad_Emocional
www.aalavina.org/Sobriedad_Emocional
- El coordinador web asistió al Taller Nacional de Tecnología de AA. Los directores, el responsable de publicación y el redactor en jefe presentaron el plan de creación de la aplicación del Grapevine y La Viña para teléfonos inteligentes en varios eventos. Solicitamos los comentarios de los participantes, que se enviarán a la dirección de correo electrónico social@aagrapevine.org. Se empleará esta dirección para:
 - ideas y comentarios referentes a la aplicación del Grapevine y La Viña, y
 - recepción de fotografías para el concurso de Instagram.
- Se crearon correos y fueron enviados masivamente sobre:
 - [Boletín trimestral El Grapevine y su grupo](#), enviado el 16 de septiembre: 81,661 envíos; 22,162 lecturas.
 - [¡Nuevo libro! Sobriedad Emocional](#), enviado el 20 de septiembre: 139,823 envíos; 39,459 lecturas.
 - [Primer aniversario del pódcast del Grapevine](#), enviado el 2 de octubre: 139,812 envíos; 39,795 lecturas.

Comentario adicional: Según las tendencias, la “tasa de lectura” del AA Grapevine es 11 % mayor ↑ que la media del sector.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

- En colaboración con NPS, el coordinador web creó el conjunto de redireccionamientos 301 a las rutas y URL promocionales.
- Se realizaron los trabajos habituales para el mantenimiento de las listas de distribución de correo del sistema de correo de *marketing* Constant Contact. En los últimos treinta días: Grapevine: 61↑ y La Viña: 35↑
- Tareas continuas para crear y publicar los boletines del AA Grapevine: Exclusivas webs semanales, noticias mensuales sobre productos del Grapevine y supervisión de la cita diaria del Grapevine y La Viña.
- Tareas continuas para los códigos UTM y el mejoramiento de los metadatos.
- Supervisión de las cuentas de Instagram realizadas por Sticky Media. Subimos las fotos enviadas para el concurso de fotografía en Instagram y los eventos que se celebran en Estados Unidos y Canadá.

Informe sobre el pódcast

al 13 de octubre de 2022.

Episodios: 56

Episodios descargados: 252,216

El promedio de descargas por episodio es de 4,504, lo que supone un aumento del 13 % desde julio de 2022. Las descargas de los pódcast han aumentado un 15 % en los últimos veintiocho días, en comparación con los veintiocho días previos.

Los episodios más populares de este trimestre fueron:

- Live Your Way into Right Thinking (vive tu camino hacia el buen pensar)
26 de septiembre de 2022, descargado 3,525 veces hasta la fecha.
- ICYPAA (Convención Internacional de jóvenes en AA)
19 de septiembre de 2022, descargado 3,368 veces hasta la fecha.
- Tough Love (Amor severo)
3 de octubre de 2022, descargado 2,584 veces hasta la fecha.

Contexto

Desde podcasthost.com:

Si en los siete días siguientes a su publicación un nuevo episodio obtiene más de 938 descargas, se encuentra entre el 5 % de los mejores pódcast. Nuestro episodio más reciente fue descargado 1,916 veces en el curso de tres días.

En dónde son escuchados:

	Octubre	Julio
En el pódcast en Apple	54 %	50 %
En el sitio del Grapevine	15 %	23 %
En Spotify	13 %	12 %

El porcentaje restante se distribuye entre Amazon, Overcast, Stitcher y Podbean.

Cómo son escuchados:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

	Octubre	Julio
Mediante una aplicación móvil	78 %	74 %
Mediante un navegador web en un dispositivo móvil	12 %	8 %
Mediante un navegador web en un equipo de escritorio	4 %	4 %
Mediante un navegador web en un dispositivo móvil	3 %	--
Mediante un hogar inteligente	1 %	--

Sistemas operativos:

	Octubre	Julio
iOS	71 %	68 %
Android	16 %	16 %
Otros	6 %	9 %
Windows	4 %	3 %
macOS	2 %	2 %
También en chromeOS, AmazonOS y Linux.		

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



Resumen de la audiencia

DESCRIPCIÓN	AAGRAPEVINE.ORG			TIENDA EN LÍNEA DEL GRAPEVINE			AALAVINA.ORG			TIENDA EN LÍNEA DE LA VIÑA			Adquisición: POR MEDIO DE CAMPAÑAS DE AAGV, INC.				Aplicación Meeting Guide	
	MESES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	AAGRAPEVINE	CAMPAÑA	AALAVIÑA	CAMPAÑA	AA Grapevine
Sesiones	63,473	112,323	100,904	12,124	17,496	15,490	2,303	4,592	5,086	815	1,444	1,645	6,188	Aplicación Meeting Guide	265	Cita diaria de La Viña	6,129	21
Nuevos usuarios	49,079	91,424	78,183	7,986	11,569	9,824	1,719	3,599	4,083	575	972	1,140	2,211	Cita diaria de La Viña	127	Anuncio del libro nuevo		
Visitantes recurrentes	6,224	8,124	9,136	2,348	3,087	3,108	194	293	352	127	227	225						
Visualizaciones de páginas	108,410	183,391	171,494	119,464	183,121	177,595	3,251	7,067	7,392	7,175	13,679	13,478						
Promedio de páginas visualizadas por sesión	1.71	1.63	1.7	9.85	10.47	11.47	1.41	1.54	1.45	8.8	9.47	8.19						

Proyectos

AL 12 DE OCTUBRE DE 2022

Audio Stories Collected	382
Daily Quote (cita del día)	46,419
Weekly Stories (historias)	17,248
Monthly News (noticias)	54,997
Quarterly GV and Your Group	82,529
La Cita Semanal Con La Viña	1,970
Noticias desde de La Viña	1,557

Fuente: Contacto constante | Centro de voz único

Sesiones: se refiere al número de visitas al sitio web dentro del intervalo de fechas.
Nuevos usuarios: se refiere al número de nuevos visitantes durante el intervalo de fechas que abarca el informe.
Páginas vistas: se refiere al número de páginas que han sido visualizadas durante el intervalo establecido.
Páginas visualizadas por visita: se refiere al número medio de páginas que un visitante ve por visita.

Páginas más visitadas del Grapevine

1. Homepage (página)	7. /archive (archivo)
2. /sobriety-calculator	8. /site-search (buscar)
3. /login (ingresar)	9. /news-release
4. /magazine (revista)	10. /sobriety-card (tarjeta de)
5. /podcast (pódcast)	9. /carry-the-message
6. /gvr-resources (recursos del)	12. /important-updates

Páginas más visitadas de La Viña

1. /inicio	7. /actualizaciones-importantes
2. /la-revista	8. /archivo
3. /inicio-sesion	9. /lleve-el-mensaje
4. /servicio	10. /historia-Grapevine
5. /recursos	11. /sobriedad-emocional
6. /calculadora	12. /temas-sugeridos

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

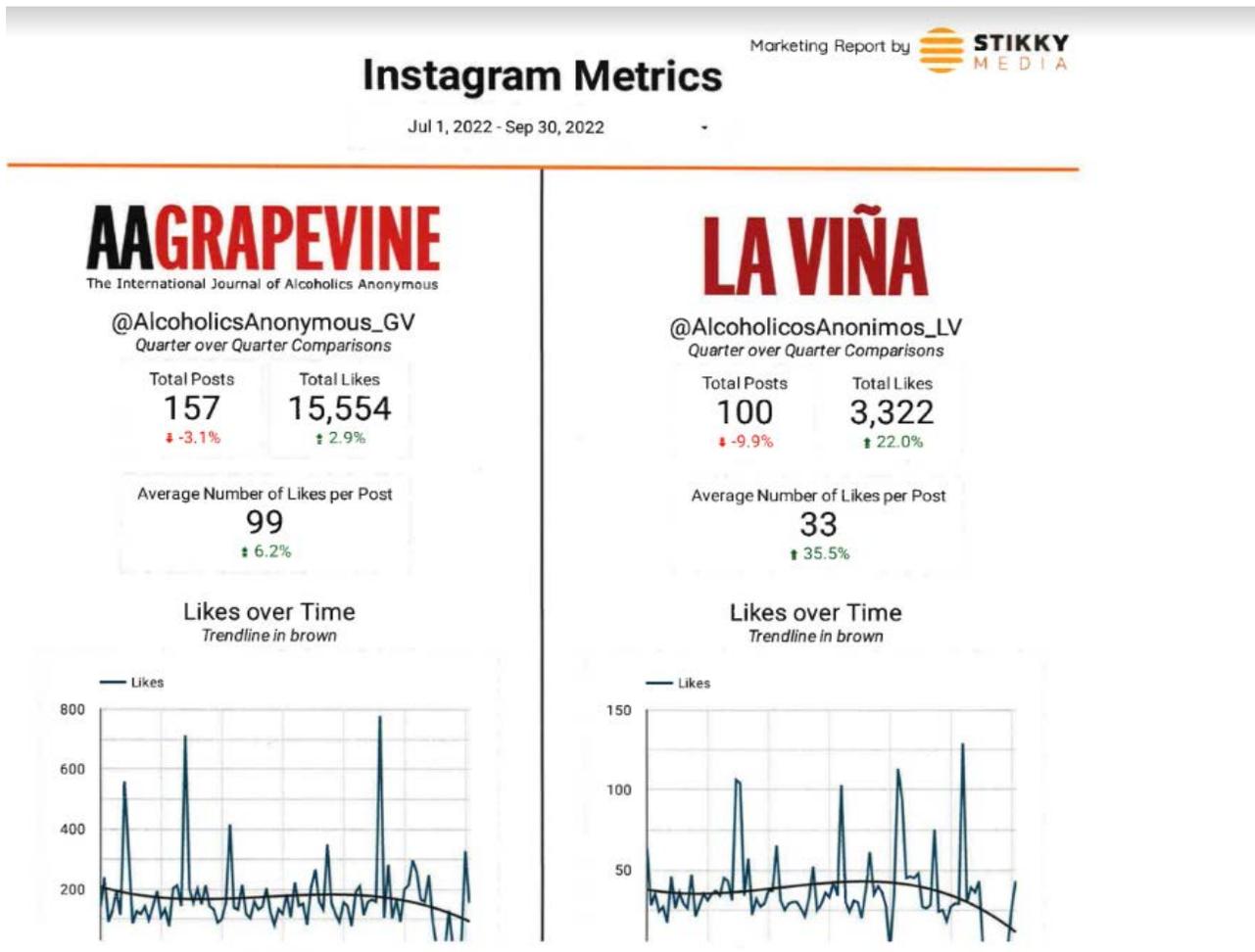
CÓDIGOS UTM Tráfico dirigido a los sitios web aagrapevine.org y aalavina.org por medio de las campañas de correo del AA Grapevine.

Campaign	Acquisition			Behavior		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
	10,467 % of Total: 7.76% (134,961)	9,598 % of Total: 7.24% (132,847)	12,961 % of Total: 7.69% (168,442)	78.98% Avg for View: 76.64% (3.05%)	1.45 Avg for View: 1.67 (12.93%)	00:00:50 Avg for View: 00:00:58 (14.36%)
1. GV09202022	3,400 (31.70%)	3,249 (33.85%)	3,905 (30.13%)	85.48%	1.17	00:00:36
2. GV0817022	2,788 (25.99%)	2,584 (26.92%)	3,157 (24.36%)	83.05%	1.20	00:00:26
3. CTM-DQ	1,109 (10.34%)	915 (9.53%)	1,326 (10.23%)	80.39%	1.30	00:00:31
4. Podcast-DQ	1,103 (10.28%)	943 (9.82%)	1,514 (11.68%)	81.31%	1.38	00:00:39
5. GV-Product-News	774 (7.22%)	615 (6.41%)	1,217 (9.39%)	54.48%	2.94	00:02:50
6. Sobriedad-Emocional	758 (7.07%)	684 (7.13%)	848 (6.54%)	72.41%	1.30	00:00:36
7. Increase-Price	205 (1.91%)	179 (1.86%)	235 (1.81%)	72.34%	1.68	00:01:06
8. GV-News	149 (1.39%)	107 (1.11%)	229 (1.77%)	63.32%	2.35	00:02:15

Campaign	Acquisition			Behavior		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
	443 % of Total: 6.87% (6,644)	390 % of Total: 6.06% (6,437)	586 % of Total: 7.29% (9,033)	76.28% Avg for View: 78.61% (-2.97%)	1.49 Avg for View: 1.48 (0.79%)	00:01:32 Avg for View: 00:02:55 (67.72%)
1. LV Homepage Ad	184 (41.07%)	170 (43.59%)	252 (43.00%)	92.86%	1.13	00:00:09
2. Sobriedad-Emocional	127 (28.35%)	116 (29.74%)	159 (27.13%)	55.97%	1.61	00:02:08
3. LV-CM-DQ	81 (18.08%)	55 (14.10%)	107 (18.26%)	68.22%	1.86	00:01:43
4. Increase-Price	26 (5.80%)	24 (6.15%)	36 (6.14%)	69.44%	2.72	00:09:04
5. GV0817022	21 (4.69%)	18 (4.62%)	23 (3.92%)	86.96%	1.09	00:00:23
6. LV-Linktree	6 (1.34%)	4 (1.03%)	6 (1.02%)	66.67%	1.33	00:00:10

[Volver a la portada](#)

Métrica en Instagram del 1 de julio al 30 de septiembre de 2022.



[Volver a la portada](#)

Desempeño de los recursos del Grapevine del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.



Website /gvr-resources Performance

Marketing Report by **STIKKY MEDIA**

Jan 1, 2022 - Dec 31, 2022

Web Traffic Metrics
Year over Year

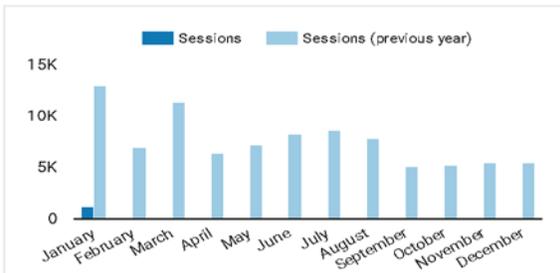
Users
82,134
↑ 186.3%

Sessions
90.3K
↑ 200.8%

Pageviews
104.7K
↑ 172.0%

Avg. Session Duration (sec)
35
↓ -24.0%

How Are Site Sessions Trending?



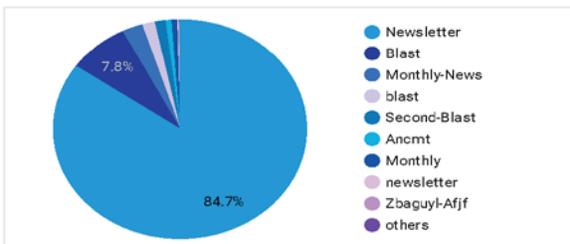
Top Sources of Traffic

Default Channel Grouping	Users	Sessions
1. Direct	59,171	64,731
2. (Other)	19,186	21,516
3. Email	2,275	2,401
4. Organic Search	1,712	1,210
5. Referral	866	571
6. Social	59	59
7. Paid Search	36	28

Top Queries for /gvr-resources

Query	Impressions	Url Clicks	Average Position
gvr	2,907	0	30.79
grapevine news	529	0	22.18
aa resources	217	2	14.66
aa grapevine traditions checklist	202	0	10.5
traditions checklist	179	0	9.55
aa meetings auburn ca	97	0	66.84
gv	96	0	56.91
grapevine traditions checklist	84	0	10.9
aa grapevine meeting format	76	0	7.8
aa materials	70	0	63.71

Top Email Campaigns

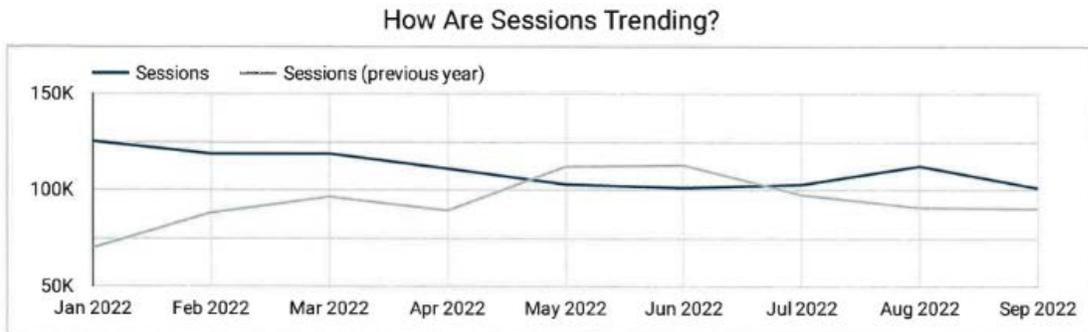


Top Referral Sources

Full Referrer	Users
1. aa.org/	342
2. aa.org/daily-reflections	91
3. aa.org/news-and-announcements	43
4. aalavina.org/	35
5. aa.org/aa-grapevine-la-vina	35
6. store.aagrapevine.org/	29

[Volver a la portada](#)

Desempeño del tráfico web del AA Grapevine del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.



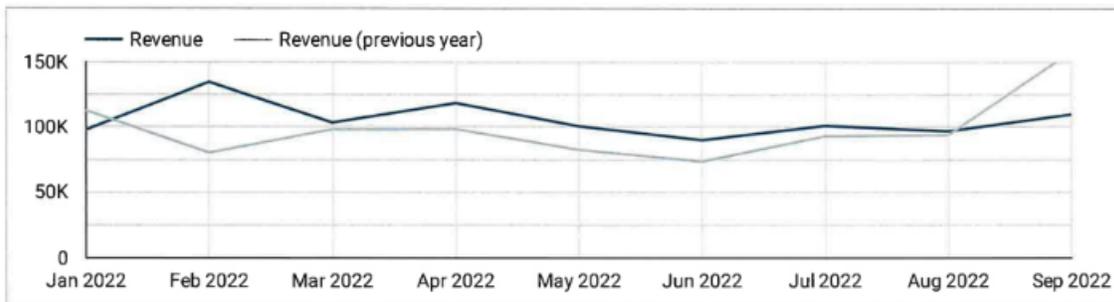
[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Desempeño del comercio en línea del AA Grapevine del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.

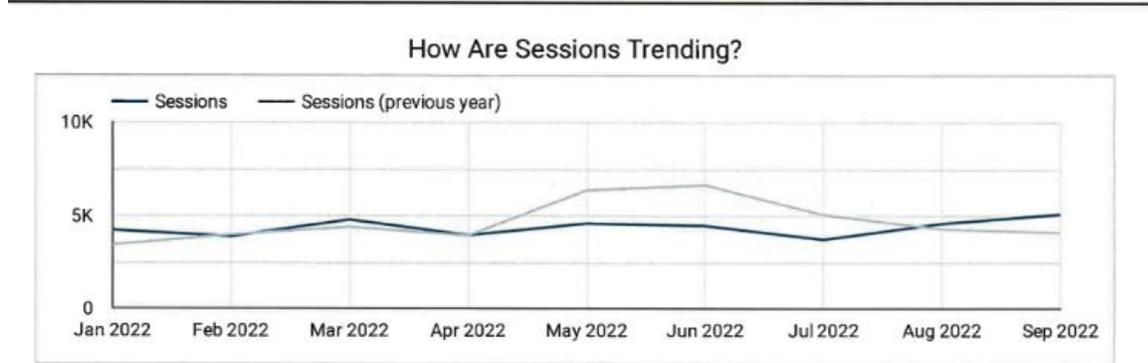


Revenue Trend



[Volver a la portada](#)

Desempeño del tráfico web de La Viña del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.



[Traducción de títulos en la tabla]

Métrica de tráfico web interanual	Usuarios	Sesiones	Visualizaciones de página	Tasa de recuperación
		Duración promedio de sesión	Páginas por sesión	% de sesiones nuevas

[Gráfico: VERTICAL]

¿Cuál es la tendencia de las sesiones?

10 mil
5 mil
0

[Gráfico: HORIZONTAL]

---- Sesiones - - - - Sesiones (año anterior)
Enero 2022 / Febrero 2022 / Marzo 2022 / Abril 2022 / Mayo 2022 / Junio 2022 / Julio 2022 / Agosto 2022 / Septiembre 2022

[Volver a la portada](#)

Desempeño del comercio en línea de La Viña del 1 de enero al 30 de septiembre de 2022.



[Traducción de títulos en la tabla]

	Usuarios	Sesiones	Ingresos	Transacciones
Métrica de tráfico web				
Duración promedio de sesión		Páginas por sesión	% de sesiones nuevas	Valor promedio del pedido
		Tendencia de ingresos		

[Gráfico: VERTICAL]
20 mil
10 mil
0

[Gráfico: HORIZONTAL]
Enero 2022 / Febrero 2022 / Marzo 2022 / Abril 2022 / Mayo 2022 / Junio 2022 / Julio 2022 / Agosto 2022 / Septiembre 2022

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO I: Revisar el informe sobre “Perfiles de Negocio en línea”

Notas de referencia:

Plan de Perfiles de Negocio en línea

El Departamento de Servicios de Comunicación y el coordinador de Información Pública, así como el miembro del personal, se reunieron el 28 de junio de 2022 para revisar el plan para administrar los Perfiles de Negocio en línea, cuya titularidad hemos reclamado.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité debatió el plan de administración de los tres Perfiles de Negocio en Google, Bing y Yelp. En 2019, nos hicimos cargo de los tres, para corregir imprecisiones. Se comunicó que la información facilitada es básica pero correcta. El comité entiende que existe la característica de comentario público en cada uno de los tres perfiles reclamados, que no puede desactivarse ni eliminarse, y coincidió en que se trata de una oportunidad para fomentar nuestras relaciones públicas en este canal y responder a preguntas básicas con respuestas estandarizadas, guiando en última instancia a los usuarios hacia nuestros canales de comunicación en aa.org. El comité pidió que se revisaran las respuestas estandarizadas para que parecieran menos genéricas.

El comité aprobó la solicitud del Departamento de Servicios de Comunicación de la OSG para implementar el proceso de administración de Perfiles de Negocio en línea presentado para su consideración. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de octubre de 2022.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité revisó el informe trimestral sobre la supervisión de los Perfiles de Negocio en línea de AAWS. El proyecto comenzará trabajando en una serie de revisiones pendientes, seguidas de preguntas. El comité agradeció las sencillas respuestas estandarizadas que se crearon para los comentarios de revisión. El Departamento de Servicios de Comunicación revisará y actualizará anualmente los datos de cada uno de los Perfiles de Negocio en línea.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

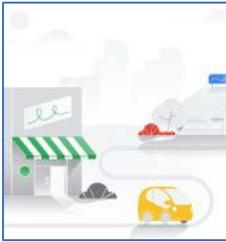
El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el informe sobre sobre “Perfiles de Negocio en línea: julio a septiembre de 2022”.

Material de referencia:

1. Informe sobre los Perfiles de Negocio en línea correspondiente al tercer trimestre de 2022.
2. Respuestas a los comentarios en línea del 9 de septiembre de 2022.
3. Respuestas a los comentarios en línea del 30 de septiembre de 2022.
4. Respuestas a los comentarios en línea del 7 de octubre de 2022.

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



Perfiles de Negocio en línea:
Informe del tercer trimestre de 2022
Julio a septiembre

AVANCE:

- En la reunión del Comité de Información Pública de los custodios de julio de 2022 se aprobó el plan de acción para esta plataforma.
- A partir del 9 de septiembre de 2022, el Departamento de Servicios de Comunicación y el coordinador de Información Pública comenzaron un programa de revisiones y respuestas semanales, cinco a la semana.
- El proyecto comenzará trabajando en una serie de comentarios pendientes, seguidos de preguntas.

SIGUIENTES PASOS:

- Continuar con la revisión y con el ritmo de trabajo para elaborar las respuestas, para despejar el retraso (de 2019 a la fecha).
 - Arrancó con 17 comentarios y 74 preguntas.
- En las primeras semanas del proyecto, el coordinador de IP presentará los comentarios al miembro del personal de la OSG para que los analice. Los comentarios finales del coordinador de IP serán revisados por el director del Departamento de Servicios de Comunicación, antes de su publicación.
- Una vez resuelto el retraso, se debatirán los próximos pasos para la plataforma.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

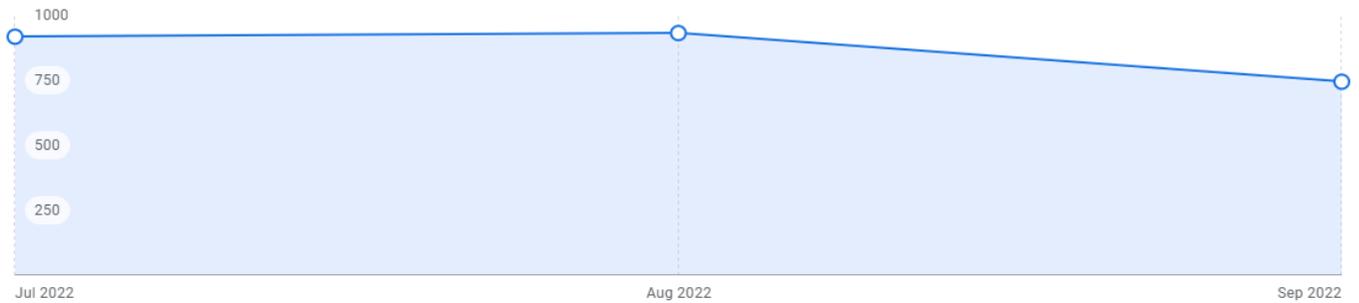
ANALÍTICA WEB:

El total de interacciones con el Perfil de Negocio de Google ha aumentado un 7.8 % con respecto al año pasado. Incluye todas las llamadas, solicitudes de dirección y clics en el sitio web.

2,592

Business Profile interactions ⓘ

↗ +7.8% (vs Jul 2021–Sep 2021)



El número total de visualizaciones del Perfil de Negocio de Google ha aumentado un 89.9 % con respecto al año pasado.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

62,054

👁 People viewed your Business Profile

↗ +89.9% (vs Jul 2021–Sep 2021)

Platform and device breakdown

Platform and devices that people used to find your profile



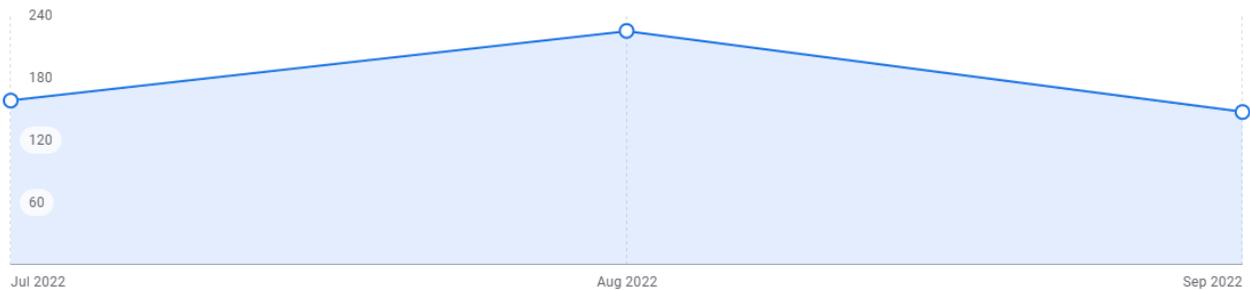
CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Total de llamadas de julio de 2022 a septiembre de 2022

530

Calls made from your Business Profile

▼ -10.0% (vs Jul 2021–Sep 2021)

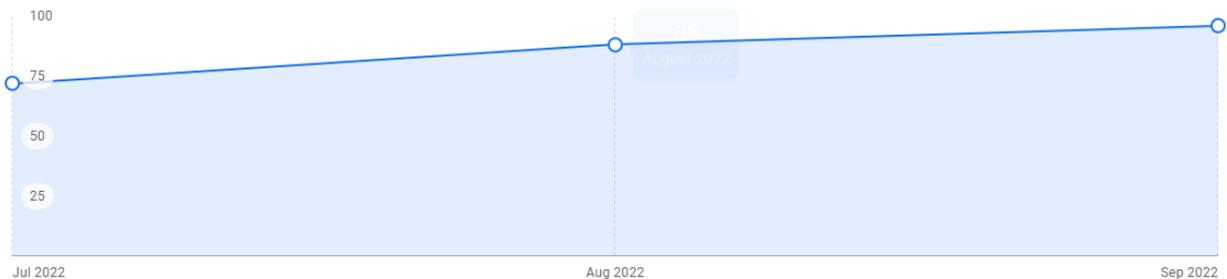


Total de solicitudes de dirección

256

Direction requests made from your Business Profile

▼ -10.2% (vs Jul 2021–Sep 2021)



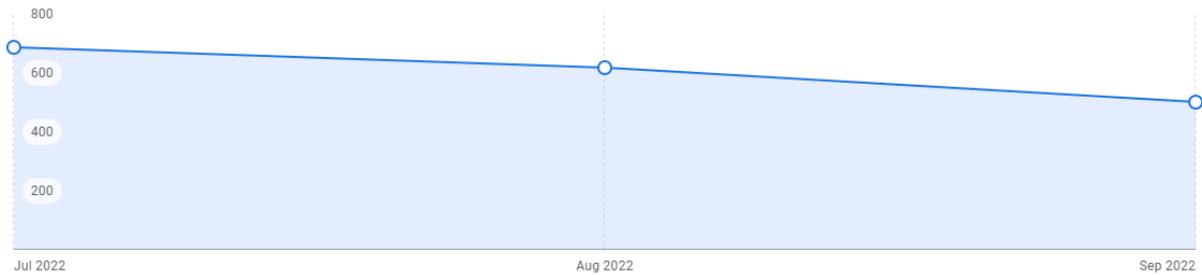
CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Total de clics en el sitio web

1,806

Website clicks made from your Business Profile

↗ +18.0% (vs Jul 2021–Sep 2021)



[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Puntuación (sobre 5)	Comentario	Respuesta del coordinador de IP con fecha 9 de septiembre de 2022
5	Una organización que salva vidas. El mayor movimiento espiritual del siglo 20. Ayudando a las personas y salvando vidas, gratuitamente, durante más de ochenta años. Empleados acogedores, amables y extraordinarios.	<p>Su comentario expresó mucho de la gratitud por AA y la sobriedad que nosotros aquí en la Oficina de Servicios Generales (OSG) de AA también sentimos. Gracias por compartir su opinión con nosotros.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>
1	El objetivo de la oficina es cuidar y alimentar a los empleados y la administración de la oficina de Nueva York. Su pan de cada día es la venta de literatura, la captación de fondos y la venta de entradas para las conferencias. Invocando los nombres de los fundadores y afirmando ayudar a otros alcohólicos, la oficina principal de AA obtiene millones de dólares anualmente (según los tres formularios 990 del Departamento de Hacienda que AA tiene que presentar cada año).	<p>La Oficina de Servicios Generales sirve como centro de comunicación para los grupos de AA en los Estados Unidos y Canadá, y como punto de intercambio de la experiencia de AA acumulada durante muchos años. Los miembros del personal de la OSG coordinan una amplia variedad de actividades y servicios. También en la OSG tiene su sede Alcoholics Anonymous World Services, Inc., que supervisa la publicación, traducción y distribución de la literatura de AA. La Séptima Tradición establece: "Todo grupo de AA debe mantenerse completamente a sí mismo, negándose a recibir contribuciones de afuera". Eso quiere decir que solo los miembros de AA contribuyen económicamente a AA.</p> <p>Para obtener más información sobre la Oficina de Servicios Generales, consulte el siguiente folleto digital ilustrado en https://www.aa.org/es/su-oficina-de-servicios-generales-de-aa. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>
5	Un personal fantástico y una sede estupenda. Proporcionan información y servicios maravillosos a quienes necesitan ayuda. Es una bendición trabajar con ellos.	<p>Su comentario expresó mucho de la gratitud por AA y la sobriedad que nosotros aquí en la Oficina de Servicios Generales (OSG) de AA también sentimos. Gracias por compartir su opinión con nosotros.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>
1	Tengo entendido que AA se reformuló a partir de un grupo llamado el Grupo Oxford en el que hubo disputas políticas debido a la prohibición. Su misión consistía en ir de casa en casa todos los días y partir el pan. No es un obra para trabajar una hora a la semana. La compasión sana. Pensando que podría obtener una respuesta, hablé con alguien en Nueva York, quien generosamente me dedicó noventa segundos de su tiempo, y llegué a la conclusión de que no se trata de un grupo de autoayuda. Hay personas más problemáticas con quienes hablar; hazte esta pregunta. Pregunté si era así como Bill Wilson y el doctor Bob dirigían AA al principio. Me dijo que sí: "Ve a las reuniones", y colgó. He visto cómo la gente en las reuniones abre su corazón y se les cerraba a los dos minutos, porque todo lo que fuera más que eso eran estupideces. Enchufa la cafetera, escucha la cinta. Finge hasta que lo consigas... ¿Serían estas frases válidas para alguien con una enfermedad por la que está postrado en una silla de ruedas? ¿El sarcasmo y los sermones que se dan favorecen la sobriedad? ¿Qué tal el aislamiento, hablando de una persona amable que les pidió a cuatro personas que fueran su padrino y estas le dijeron que no? Me llevó más de un año de mi vida que uno finalmente me dijera que sí. Perdí mi casa, mis amigos, mis relaciones familiares, por no hablar de que en nombre del servicio me convertí en su esclavo personal. Ni siquiera me reconozco alcohólico; no siento ni el ansia ni la obsesión. Debido al trastorno de estrés postraumático lo haré, porque quiero mantenerme alejado de los pabellones psiquiátricos. Esto es lo que le pregunté a un representante en Nueva York (les llamé desde un país completamente diferente, pensando que ellos eran los expertos), a quien le pareció demasiado insignificante responder a la pregunta, y me contestó que esto no era un grupo de autoayuda antes de colgar... Noventa segundos. Eso fue la especie de espíritu del servidor que recibí. Dame un día, yo perdono. Hace tiempo que [no vemos] la fraternidad.	<p>Le agradecemos que nos haya compartido su experiencia.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>
5	Solo para ver cómo funciona la OSG en todo el mundo. Gente y empleados maravillosos. Gracias por todo lo que hacen por nosotros.	<p>Su comentario expresó mucho de la gratitud por AA y la sobriedad que nosotros aquí en la Oficina de Servicios Generales (OSG) de AA también sentimos. Gracias por compartir su opinión con nosotros.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>

Puntuación (sobre 5)	Comentario	Respuesta del coordinador de IP con fecha 10 de octubre de 2022	Observaciones de Patrick
5	Estupendo. Excelente. Me encanta.	<p>Su comentario expresó mucho de la gratitud por AA y la sobriedad que nosotros aquí en la Oficina de Servicios Generales (OSG) de AA también sentimos. Gracias por compartir su opinión con nosotros.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>	<p>Asegúrese de que los enlaces estén enlazados con la página principal de aa.org y con la página de contacto.</p> <p>Copie y pegue los siguientes enlaces en una pestaña nueva del navegador para visitar el sitio web oficial de Alcohólicos Anónimos. Si lo desea, podemos presentar este texto a su equipo de trabajo y adaptarlo a sus necesidades.</p>
5	<p>LOS LÍDERES DE LAS REUNIONES DE ZOOM Y LOS PARTICIPANTES DEBEN SEGUIR EL PROPÓSITO PRINCIPAL DE LLEVAR SOBRIOS AL MENOS NOVENTA DÍAS, Y TENER UN DESEO SINCERO DE DEJAR DE BEBER. La manía de mantener la metadona es histérica y astuta. Mantente alejado. El fraude está en las salas de reunión.</p>	<p>¿Qué es AA? Alcohólicos Anónimos es una Comunidad de personas que se reúnen para resolver su problema con el alcohol. No cuesta nada asistir a las reuniones de AA. No existen requisitos de edad o de nivel de estudios para poder participar.</p> <p>El ser miembro está abierto a cualquiera que quiera hacer algo para resolver su problema con la bebida.</p> <p>El propósito primordial de AA es ayudar a los alcohólicos a alcanzar la sobriedad.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>	<p>Asegúrese de que los enlaces estén vinculados con la página principal de aa.org y con la página de contacto.</p> <p>Copie y pegue los siguientes enlaces en una pestaña nueva del navegador para visitar el sitio web oficial de Alcohólicos Anónimos. Si lo desea, podemos presentar este texto a su equipo de trabajo y adaptarlo a sus necesidades.</p>
1	<p>Un pequeño consejo: Los programas de Doce Pasos están adquiriendo una mala reputación debido a los clubes y reuniones que secuestran y utilizan el programa para engañar a todo el mundo, a lo que llaman "osecha". Pensé que era adicto alcohólico; no tengo el ansia y tenía más de diecisiete años limpio y sobrio. Los pasos me ayudaron, pero los miembros mentirosos no tenían tiempo, y me robaron mis cuatro pasos, y los padrinos no sabían cómo trabajar los Pasos y me dejaron un sabor a muerte en la boca. Lo hice a su manera durante más de veinte años. Sus convictos no cambian. Siempre han utilizado lo bueno para ocultar lo malo. Va a causar una reacción contraria y pensé que deberían saberlo.</p>	<p>El ser miembro está abierto a cualquiera que quiera hacer algo para resolver su problema con la bebida.</p> <p>El propósito primordial de AA es ayudar a los alcohólicos a alcanzar la sobriedad.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>	<p>Asegúrese de que los enlaces estén vinculados con la página principal de aa.org y con la página de contacto.</p> <p>Copie y pegue los siguientes enlaces en una pestaña nueva del navegador para visitar el sitio web oficial de Alcohólicos Anónimos. Si lo desea, podemos presentar este texto a su equipo de trabajo y adaptarlo a sus necesidades.</p>
5	<p>La semana pasada me uní a AA. Me ha aportado un gran alivio y una esperanza de iluminación espiritual y un deseo de servir y crecer por caminos espirituales. Un día a la vez. Les agradezco por mi recuperación y por los nuevos amigos que he encontrado. Saludos cordiales, James B.</p>	<p>Su comentario expresó mucho de la gratitud por AA y la sobriedad que nosotros aquí en la Oficina de Servicios Generales (OSG) de AA también sentimos. Gracias por compartir su opinión con nosotros.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>	<p>Asegúrese de que los enlaces estén vinculados con la página principal de aa.org y con la página de contacto.</p> <p>Copie y pegue los siguientes enlaces en una pestaña nueva del navegador para visitar el sitio web oficial de Alcohólicos Anónimos. Si lo desea, podemos presentar este texto a su equipo de trabajo y adaptarlo a sus necesidades.</p>
2	Lo de siempre.	Sin comentarios que añadir. PC.	Sin comentarios que añadir. PC.

Puntuación (sobre 5)	Comentario	Respuesta del coordinador de IP	Observaciones de Patrick
5	Miren lo que AA ha hecho por mí y mi familia: grandes cosas por medio de un Poder Superior.	<p>Su comentario expresó mucho de la gratitud por AA y la sobriedad que nosotros aquí en la Oficina de Servicios Generales (OSG) de AA también sentimos. Gracias por compartir su opinión con nosotros.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>	<p>Asegúrese de que los enlaces estén vinculados con la página principal de aa.org y con la página de contacto.</p> <p>Copie y pegue los siguientes enlaces en una pestaña nueva del navegador para visitar el sitio web oficial de Alcohólicos Anónimos. Si lo desea, podemos presentar este texto a su equipo de trabajo y adaptarlo a sus necesidades.</p>
5	Una historia espectacular en la sala de Archivos Históricos que se remonta a los inicios de este programa que transforma vidas. Personas excepcionalmente serviciales y dispuestas a dedicarte tiempo para responder a tus preguntas. Y a mí me ha funcionado durante casi treinta y tres años; desde el 10 de abril de 1989.	<p>Su comentario expresó mucho de la gratitud por AA y la sobriedad que nosotros aquí en la Oficina de Servicios Generales (OSG) de AA también sentimos. Gracias por compartir su opinión con nosotros.</p> <p>Desde sus comienzos en 1935, el éxito de Alcohólicos Anónimos ha suscitado interés. Los miembros de AA, la gente que trabaja con los alcohólicos y el público en general desean saber más sobre AA y cómo funciona para ayudar a los alcohólicos. Aquí hemos recopilado la información histórica gracias a los Archivos Históricos de la Oficina de Servicios Generales. Puede explorar las exposiciones en línea y también encontrar recursos para seguir aprendiendo aquí: https://www.aa.org/aa-history.</p>	<p>Asegúrese de que los enlaces estén vinculados con la página principal de aa.org y con la página de contacto.</p> <p>Copie y pegue los siguientes enlaces en una pestaña nueva del navegador para visitar el sitio web oficial de Alcohólicos Anónimos. Si lo desea, podemos presentar este texto a su equipo de trabajo y adaptarlo a sus necesidades.</p>
5	¡MARAVILLOSO!	<p>Su comentario expresó mucho de la gratitud por AA y la sobriedad que nosotros aquí en la Oficina de Servicios Generales (OSG) de AA también sentimos. Gracias por compartir su opinión con nosotros.</p>	
5	Aprecio todo lo que hace AA, pero creo que debería haber más conciencia acerca del decimotercer paso. Cuando intento hablar de ello en los clubes, evitan abordar el tema. Veo continuamente ese "paso trece", y eso ahuyenta a la mujer de los grupos. Sé que está destinado a las mujeres, y solo puedo hablar desde mi experiencia.	<p>Alcohólicos Anónimos es un microcosmos del cuerpo social en el que vivimos. Los problemas que nos encontramos en el mundo también pueden hacer su aparición en AA. En la medida en que nos esforcemos por compartir en un entorno seguro, los alcohólicos podrán centrarse en mantener la sobriedad y el grupo podrá cumplir su propósito primordial: transmitir el mensaje de AA a la persona alcohólica que todavía sufre.</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>	<p>Asegúrese de que los enlaces estén vinculados con la página principal de aa.org y con la página de contacto.</p> <p>Copie y pegue los siguientes enlaces en una pestaña nueva del navegador para visitar el sitio web oficial de Alcohólicos Anónimos. Si lo desea, podemos presentar este texto a su equipo de trabajo y adaptarlo a sus necesidades.</p>
1	Fui a la comunidad de Southside y los Alcohólicos Anónimos me pidieron que no volviera a las reuniones, debido a una medicación que estaba tomando para el cáncer. No se atienden a la unidad de propósito del alcohol. Parece que es más importante hacer de policías y actuar como si fueran dioses del poder político. Y no lo son. Yo volcaba camiones cuando bebía alcohol. No he bebido en cuatro años. Pero las enredaderas siempre estropean la madera, según me han dicho. Solo deberían preocuparse por los hombres y mujeres que han tenido problemas con el alcohol. Las Tradiciones tampoco se atienden a esto. Se han roto muchos estatutos. La policía, los políticos, la iglesia y AA nunca deben mezclarse.	<p>El folleto El Miembro de AA: Los Medicamentos y Otras Drogas está dirigido a los miembros de AA que deben tomar medicamentos, así como a los practicantes de la medicina. Este folleto ofrece sugerencias para minimizar la amenaza de recaída mientras se toman medicamentos recetados. Nueve miembros de AA comparten también su experiencia personal con los medicamentos y otras drogas. Se sugiere que ningún miembro de AA debe "jugar a ser médico"; todos los consejos y tratamientos médicos deben provenir de un médico calificado.</p> <p>Proporcionele a su médico copias de este folleto:</p> <p>https://www.aa.org/sites/default/files/literature/assets/sp-11_aamembersMedDrug.pdf</p> <p>Para informarse sobre el programa de recuperación de AA o sobre AA en su localidad o en línea, póngase en contacto con nosotros en el siguiente enlace: www.aa.org. También puede visitar la página "Póngase en contacto con nosotros" para comunicarse con alguien en la OSG.</p>	<p>Asegúrese de que los enlaces estén vinculados con la página principal de aa.org y con la página de contacto.</p> <p>Copie y pegue los siguientes enlaces en una pestaña nueva del navegador para visitar el sitio web oficial de Alcohólicos Anónimos. Si lo desea, podemos presentar este texto a su equipo de trabajo y adaptarlo a sus necesidades.</p>

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

[Volver a la portada](#)

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO J: Revisar el informe sobre la analítica web.

Notas de referencia:

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité debatió el proceso actual establecido por la acción recomendable de 2004, que solicita a la OSG que prepare informes trimestrales y anuales sobre el sitio web. El comité estuvo de acuerdo en que está justificada una revisión de los tipos de informes sobre la analítica web que se elaboran y si satisfacen las necesidades del Comité de Información Pública de la Conferencia y del Comité de Información Pública de los custodios. El coordinador nombró un grupo de trabajo para los informes sobre la analítica web que incluirá a Julie G. (líder del proyecto), Kirk H. y John W. El grupo de trabajo presentará un nuevo paquete de plantillas para los informes sobre analítica web. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de octubre de 2022.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité revisó el informe del grupo de trabajo sobre la analítica web. El propósito de este grupo de trabajo es reelaborar los informes sobre la analítica web para los Comités de Información Pública de los custodios y de la Conferencia con los siguientes objetivos:

- Primer objetivo: Informes trimestrales y anuales sobre las principales plataformas digitales.
- Segundo objetivo: Otros informes relacionados directamente con esas plataformas.
- Tercer objetivo: Informes sobre lo que no se informa formalmente en la actualidad.

El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité debatió el informe de avance del grupo de trabajo para la presentación de informes sobre analítica web. El comité hizo hincapié en que la acción recomendable de 2004 solicitaba un informe anual sobre analítica web únicamente en relación con

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

el sitio web aa.org. Aunque este informe anual se ha estado presentando, también se han venido elaborando informes más detallados sobre la analítica web de muchos de los nuevos canales de comunicación (por ejemplo, el canal de AAWS en YouTube, Google Ads, la aplicación Meeting Guide, etcétera), mismos que se fueron incorporando después de la Conferencia de 2004. El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el informe del grupo de trabajo sobre la analítica web de 2022.

Material de referencia:

1. [Informe de avance del grupo de trabajo sobre la analítica web de 2022 presentado el 28 de enero de 2023.](#)

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

**Informe de avance del grupo de trabajo sobre la analítica web de 2022
28 de enero de 2023**

Del acta de la reunión del Comité de Información Pública de los custodios de julio de 2022:

“El comité debatió el proceso actual establecido por la acción recomendable de 2004, que solicita a la OSG que prepare informes trimestrales y anuales sobre el sitio web. El comité estuvo de acuerdo en que está justificada una revisión de los tipos de informes sobre la analítica web que se elaboran y si satisfacen las necesidades del Comité de Información Pública de la Conferencia y del Comité de Información Pública de los custodios. El coordinador nombró un grupo de trabajo para los informes sobre la analítica web que incluirá a Julie González (líder del proyecto), Kirk Holmes y John Weis. El grupo de trabajo presentará un nuevo paquete de plantillas para los informes sobre analítica web. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de octubre de 2022”.

El grupo de trabajo sobre la analítica web se reunió siete veces desde agosto. Nos hemos centrado en desarrollar un plan para informar a los Comités de Información Pública (IP) de los custodios y de la Conferencia. El propósito de informar a IP es utilizar los datos para valorar si estamos teniendo éxito en transmitir el mensaje a los alcoholicos que aún sufren.

Nuestras discusiones han incluido la revisión de la historia de los informes actuales, la planificación de la analítica web entre plataformas, los objetivos a corto y largo plazo identificados en el Plan Integral de Medios (CMP, por su sigla en inglés) y el Plan Estratégico de AAWS para 2018, así como las maneras en que podríamos brindar los datos de una forma más sencilla, teniendo en cuenta especialmente la rotación de los integrantes de las juntas y de la Conferencia.

Acción recomendable

No hemos debatido en profundidad la acción recomendable de 2004, por lo que no tenemos una recomendación específica. De lo que hemos hablado es de dos ideas:

- Que los comités de los custodios y de la Conferencia reconozcan que las secciones B, C y D de la acción recomendable de 2004 han quedado obsoletas y ya no deben servir de base para la elaboración de nuestros informes.

O BIEN

- Que sea algo más flexible y general, para permitir que los informes puedan elaborarse en función de las necesidades y modificarse o suprimirse cuando ya no sean útiles.

Para situarnos en contexto, cuando se redactó esta acción recomendable, los cambios en el sitio web y las solicitudes o correspondencia eran poco frecuentes y muy simples.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Ahora hay multitud de cambios y una gran cantidad de correspondencia. Además, desde hace unos años, los informes no reciben la atención que antes merecían y rara vez ayudan en el proceso de toma de decisiones en la Junta o la Conferencia, lo que los vuelve obsoletos.

No hay intención alguna de dejar de informar. Valoramos la presentación de informes de manera habitual, tanto al Comité de Información Pública de los custodios como al de la Conferencia, por intermedio de AAWS.

Comité de Tecnología, Comunicación y Servicios (TSC, por su sigla en inglés) Esperamos poder disponer de la flexibilidad necesaria para remodelar los informes de forma provechosa, sin ir en contra de la acción recomendable.

Presentación de informes

Después de estudiar una reestructuración sencilla de los informes trimestrales actuales relativos a las plataformas, hemos empezado a identificar lo que podría comprender un resumen ejecutivo para todas las plataformas digitales. Nuestra meta es presentar un primer borrador para que lo revisen y nos den su opinión, así como una profunda reflexión sobre lo que creemos que puede lograrse en 2023, y lo que quizá deba esperar hasta 2024. Actualmente, no disponemos de ningún borrador para que lo revisen, ya que estamos inmersos en la curva de aprendizaje que supone la adaptación a GA4 (la nueva iteración de Google Analytics).

Para estructurar este resumen ejecutivo, nos centraremos en los cuatro grupos de usuarios principales identificados para aa.org:

- AA para personas nuevas.
- Miembros (ya sea que participen o no en el servicio).
- Amigos y familiares.
- Personas en contacto con alcoholólicos debido a su trabajo.

Como punto de partida, en el informe se identificarán al menos dos metas principales (páginas o acciones) para cada grupo de usuarios, con el fin de ofrecer un contexto para saber si hemos llegado a ellas y si el tráfico está aumentando o disminuyendo. Con el tiempo, la meta sería ampliar este informe para que incluya múltiples plataformas y ofrezca una visión más completa de la analítica web en general. La prioridad y la viabilidad de los datos que podían figurar en este resumen se determinaron en función del nivel de esfuerzo, los recursos disponibles y el presupuesto.

- Ejemplos a corto plazo:
 - Una funcionalidad que se pueda seguir de forma automática y nativa en GA4.
 - Informes que únicamente requieran los indicadores clave de desempeño (KPI, por su sigla en inglés) correctamente definidos.
 - Una mayor utilización de los códigos UTM (Urchin Tracking Module) en nuestras plataformas y comunicaciones, para comprobar el impacto de los mensajes hacia el exterior.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Ejemplos a largo plazo:
 - Informes específicos que necesitan la implementación en GA4.
 - Segmentación que no está bien definida y necesita ser planificada en la oficina.
 - Incorporación de datos de distintas plataformas que no son nativos o no están disponibles en GA4; puede explorarse la incorporación de otras herramientas o tecnologías en el futuro.

Cuando realicemos el cambio definitivo de Universal Analytics a GA4 (ambos funcionan en paralelo en aa.org mientras nos familiarizamos con los cambios), se aplicarán muchos de los nuevos ajustes de privacidad y cookies disponibles. Esto se traducirá en menos datos directos sobre el flujo de usuarios o de clics, y más en modelos de comportamiento* en función de la aceptación o rechazo de cookies. Será un cambio en nuestros informes estándar, pero todas las empresas que se están trasladando a GA4 se enfrentan a este mismo cambio.

***[GA4] Modelos de comportamiento del modo de consentimiento** (extracto)

<https://support.google.com/analytics/answer/11161109?hl=es>

“Cuando implementa un banner de consentimiento en su sitio web o aplicación, Analytics no incluye los datos de los usuarios que no dan su consentimiento. Los modelos de comportamiento del modo de consentimiento usan el aprendizaje automático para modelizar el comportamiento de los usuarios que rechazan las cookies de Analytics en base al comportamiento de usuarios similares que aceptan las cookies de Analytics. Los datos modelizados le permiten obtener estadísticas muy útiles de sus informes de Analytics respetando las preferencias de privacidad de los usuarios.

”Por ejemplo, los modelos de comportamiento hacen estimaciones de datos basadas en métricas de usuario y de sesión, como usuarios activos al día y tasa de conversión, que tal vez no se puedan observar cuando identificadores como las cookies o los IDs de usuario no están plenamente disponibles. Le ayudan a responder preguntas importantes como las siguientes:

- ¿Cuántos usuarios activos al día tengo?
- ¿Cuántos usuarios nuevos he adquirido en mi última campaña?
- ¿Cuál es el recorrido de los usuarios desde que acceden a mi sitio web hasta que hacen una compra?
- ¿Cuántos de los visitantes de mi sitio se encuentran en Alemania y cuántos en el Reino Unido?
- ¿En qué se diferencia el comportamiento de los usuarios de móviles del de los usuarios de computadores?

”Datos modelizados y datos observados

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

”Cuando los usuarios visitan su sitio y [dan su consentimiento para usar cookies de Analytics](#), o bien cuando [no inhabilitan la personalización con ID de publicidad en los ajustes de Android](#), Analytics asocia su comportamiento a varios identificadores para que la medición sea estable. Este tipo de datos son datos observables porque proceden de usuarios que han dado permiso a Analytics para observar su comportamiento.

”Cuando los usuarios no dan su consentimiento, los eventos no se asocian a ningún identificador de usuario persistente. Por ejemplo, si Analytics recoge 10 eventos de vistas de página, no puede determinar si son 10 usuarios o 1 usuario. En su lugar, Analytics usa el aprendizaje automático para estimar el comportamiento de esos usuarios basándose en el comportamiento de otros similares que aceptan las cookies o identificadores de aplicación equivalentes.

”Los datos de entrenamiento que se utilizan para crear los modelos se basan en los datos de usuario observados en la propiedad donde está activada la modelización”.

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO K: Revisar el informe de avance sobre el proyecto de videos de jóvenes.

Notas de referencia:

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022:

El comité revisó y aprobó una nueva versión digital e impresa del comunicado (volante) del proyecto de videos de jóvenes. El secretario, miembro del personal, colaborará con el Departamento de Publicaciones para crear un plan que incluya un cronograma anual sobre cómo puede completarse cada año este proyecto de videos remitidos por la Comunidad. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de julio de 2022.

Desde enero, el Departamento de Publicaciones y el coordinador de IP se han reunido en dos ocasiones para elaborar una propuesta de cronograma anual de acciones para el ciclo 2022–2023 para el proyecto de videos de jóvenes.

Solicitamos la aprobación del Comité de Información Pública de los custodios para seguir adelante con el proyecto de este año.

Acción propuesta:

- El coordinador de IP ha colaborado con el Departamento de Publicaciones para establecer un cronograma anual que permita solicitar la recepción de los proyectos de videos de jóvenes dentro de un plazo que permita su revisión y aprobación por parte del Comité de Información Pública de los custodios y del Comité de Información Pública de la Conferencia. Anteriormente, hemos fijado una fecha límite para la recepción de los videos, con el fin de disponer de tiempo suficiente para revisarlos y editarlos. El coordinador de IP y el Departamento de Publicaciones trabajan con la persona que los remitió para que los videos lleguen en un formato adecuado. En este punto, las personas que los remiten están realizando ellas mismas las ediciones.
 - 10 de agosto de 2022: dar a conocer la fecha límite para la recepción de proyectos para el ciclo 2022–2023 por medio de los conductos apropiados.
 - El período de recepción es del 15 de agosto al 7 de noviembre de 2022.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- El período de revisión, calificación y edición es del 7 de noviembre al 10 de enero de 2022.
- Durante el fin de semana de la reunión trimestral de la Junta en enero de 2023 se presentarán los videos al Comité de Información Pública de los custodios para su revisión, aprobación, y para remitirlos al Comité de Información Pública de la Conferencia.
- La Conferencia de 2023 revisará y posiblemente recomendará su publicación en el sitio web aa.org.
- De mayo a junio de 2023 se trabajará internamente con el Departamento de Servicios de Comunicaciones para publicarlos.

Acción concluida:

1. Con el volante informativo aprobado se incluirá una hoja de especificaciones técnicas mínimas, incluido un código QR que dirija a los miembros a nuestro sitio web aa.org y al proceso para enviar propuestas. También se incluirá nuestro formulario de autorización para que los remitentes lo rellenen.
2. Se encargará al Departamento de Servicios de Comunicaciones que apoye la actualización de la página del proyecto de videos de jóvenes del sitio web.
3. Es necesario elaborar una hoja de análisis y seguimiento para evaluar los videos, con el fin de respaldar las decisiones sobre los pasos a seguir.
4. El Departamento de Servicios de Tecnología ha apoyado el desarrollo de la manera en que podemos aceptar los videos remitidos, utilizando el almacenamiento conectado en red aislada (NAS) de AA.
5. Fomentar la comunicación y el entusiasmo por el proyecto de videos de jóvenes.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité aprobó que el proyecto de videos de jóvenes siga adelante tal y como se presentó en 2022. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de octubre de 2022.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Informe actualizado del secretario miembro del personal del 29 de octubre de 2022:

El proyecto de videos de jóvenes se ha dado a conocer a la Comunidad mediante todos los canales de comunicación, desde nuestro sitio web hasta la aplicación Meeting Guide e incluso en la cuenta de Instagram del Grapevine. Estamos esperando propuestas hasta el 7 de noviembre de 2022. A partir del 23 de octubre de 2022, tendremos una gran contribución, en cuya edición trabajaremos en conjunto con el remitente. Dura tres minutos. En un principio se ha debatido la posibilidad de subdividir el contenido de este mensaje en mensajes más breves dirigidos a los jóvenes. El miembro del personal de la OSG asignado a Información Pública y el Departamento de Publicaciones trabajarán conjuntamente con el Departamento de Servicios de Comunicación para proporcionar los videos que hayan sido remitidos, a fin de considerar su envío a la Conferencia de Servicios Generales de 2023 en la reunión de enero de 2023.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité revisó el informe de avance sobre el proyecto de videos de jóvenes de 2022. El proyecto solicita propuestas hasta el 7 de noviembre de 2022. El comité solicitó al secretario miembro del personal que se pusiera en contacto con el coordinador en relación con la posibilidad de ampliar el plazo. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

Informe actualizado del secretario miembro del personal del 28 de enero de 2023:

Propuestas recibidas: Como resultado del proyecto de videos de jóvenes de este año 2022, hemos recibido las propuestas de siete miembros distintos.

De las siete, llegamos a la conclusión de que las propuestas de uno de los miembros ya habían sido publicadas en su propia plataforma de redes sociales y no podemos seguir adelante con ellas.

Formularios de cesión de derechos: Hasta la fecha, hemos recibido cuatro formularios de cesión de derechos de cuatro de las propuestas que posiblemente podríamos utilizar. Ya han sido editadas dos de cuatro. Vamos a ver qué podemos hacer con los otros dos videos que recibimos.

Anonimato: Uno de los problemas que encontramos es que, a pesar de las instrucciones incluidas en nuestra página web, en algunas de las propuestas de video aparecían miembros con el rostro descubierto, sin protección del anonimato. El compartimiento de experiencias es bueno.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comunicados sobre la ampliación de la fecha límite de recepción: El coordinador de IP se ocupará de las actualizaciones de la página web del proyecto de video de jóvenes y de las comunicaciones dirigidas a la Comunidad, para garantizar que consigamos otras propuestas más adelante, explicando cómo puede adaptarse este proyecto al calendario anual de los plazos de la Conferencia y para obtener la aprobación necesaria.

Listos para revisión: Nuestro Departamento de Publicaciones ha editado dos videos, en colaboración con un proveedor de servicios externo, para presentarlos al Comité de Información Pública de los custodios en la reunión del 28 de enero de 2023.

1. Resumen del video de J. M.: Es mi historia, junto con una serie de videos tomados en las últimas dos semanas, recopilados con la esperanza de atraer a los jóvenes a Alcohólicos Anónimos.
2. Resumen del video de I. F.: Relato de una “auténtica” salida nocturna para la persona que tiene problemas con la bebida.

Por favor, véanlos y denos su opinión sobre si están listos para ser remitidos al Comité de Información Pública de la 73.^a Conferencia de Servicios Generales, para que sean considerados como nuevos contenidos elaborados en el marco del presente proyecto.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité habló sobre el informe de avance del proyecto de videos de jóvenes de 2022. El comité vio también dos propuestas de videos, editados por el Departamento de Publicaciones de la OSG. El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el informe de avance y las dos propuestas completas de videos para jóvenes, para su consideración.

Material de referencia:

1. [Revisión de las dos propuestas de videos, remitida por el despacho de Información Pública.](#)

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Actualización del video de jóvenes de JM – Mensaje a los alcohólicos potenciales jóvenes.

Según la revisión de Patrick C. y Marissa S.

Correcciones solicitadas:

1. Cambiar la cita “Mi primera laguna” por “Mi primera laguna por alcohol”.
2. Mostrar más tiempo la imagen del hombre tirado en la calle. Ahora pasa demasiado rápido porque Jamie sigue hablando sobre esta historia dramática, pero vemos una imagen del perro y un río y bosque hermosos.
3. Cambiar “Las travesuras” [*devilments*] por “Los tormentos” [*bedevilments*]
4. Nos gustaría ver que los tormentos aparezcan en la pantalla con las palabras que él utiliza.
 - a. Teníamos problemas en nuestras relaciones personales, no podíamos controlar nuestra naturaleza emocional, éramos presas de la miseria y la depresión, no podíamos ganarnos la vida, nos sentíamos inútiles, estábamos llenos de miedo, éramos infelices, no podíamos ayudar a otras personas de verdad.
5. Añadir la cita “Hay libertad” a partir de los primeros 2:20 segundos.
6. Cambiar “Gracias, AA” por “Gracias por estar allí, AA”. Eso es lo que dice él.
7. El color del fondo del panel lateral. Sugerimos cambiarlo de rosa fuerte a tonos otoñales para combinar mejor con el video que se está mostrando.
8. La cita “sin dinero” aparece muy pronto respecto de la parte que está contando de la historia y se va de la pantalla muy rápidamente.

Correcciones solicitadas luego de las actualizaciones el 20/01/23:

1. “Mi primera laguna por alcohol” aparece muy pronto.
2. ¿Los tormentos pueden aparecer a los costados? Porque actualmente aparecen encima del video mientras sigue reproduciéndose en el fondo.

Correcciones solicitadas luego de la reunión del Comité de IP de los custodios del 28 de enero de 2023:

Estas son las actualizaciones de este ÚNICO video de J que se solicitó completar antes de que las envíe al Comité de IP de la Conferencia.

Esta es la lista de correcciones que tengo:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

1. Actualizaciones del video de jóvenes para J: usar el estilo de los subtítulos automáticos de Instagram que aparecen de distintos tamaños al estilo moderno.
2. Actualizar la fuente de la etiqueta para hacerla más moderna – fuente Sans Serif.
3. No usar ninguna cita alrededor de los subtítulos.
4. Los tormentos: Nos gustaría que los tormentos aparezcan y permanezcan uno por uno, creando una lista a medida que él los menciona y terminar con la lista completa en pantalla.
5. ¿Podemos dejar el video visualizándose en el centro y que los tormentos aparezcan a los costados de la pantalla de video?

Actualizaciones al video de jóvenes de IF – La discoteca y 5 sugerencias.

Según la revisión de Patrick C. y Marissa S.

Correcciones solicitadas:

1. El cambio general es que la música de fondo subyacente compite con la música de las escenas de la discoteca. Asegurarse de que la música de las escenas de la discoteca sea más fuerte cuando esas escenas aparecen en pantalla. Bajar el volumen de la música de fondo subyacente en esas escenas específicas.
2. .54 segundos, apenas se escucha la música de la discoteca.
3. 1.08 segundos, apenas se escucha la música de la discoteca.

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO L: Discutir el estudio de factibilidad de la colocación paga de ASP en video en plataformas de transmisión en directo (*streaming*).

Notas de referencia:

Acción recomendable de Información Pública de 2021:

Se lleve a cabo un estudio de factibilidad sobre la colocación paga de videos de ASP en plataformas de emisión en directo (*streaming*), incluyendo, sin limitación, Netflix, Hulu y YouTube, y que se presente un informe sobre la investigación al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 31 de julio de 2021.

El comité discutió la acción recomendable de Información Pública acerca realizar un estudio de factibilidad sobre la colocación paga de videos de ASP en plataformas de emisión en directo (*streaming*), incluyendo, sin limitación, Netflix, Hulu y YouTube. El comité espera recibir los resultados del estudio que realice la OSG en relación con estas plataformas en la reunión de octubre de 2021.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de octubre de 2021.

El comité discutió los resultados de la investigación realizada por la OSG en relación con estas plataformas. El comité pidió que el secretario, miembro del personal, recabara información sobre el precio, el alcance, y la visualización activa versus la visualización pasiva del ASP, y que presentara un informe en la reunión de enero de 2022.

Notas de referencia del miembro del personal de la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022:

El coordinador del proyecto, del Departamento de Servicios de Comunicación, comenzó la investigación de este tema. Con ello se espera obtener información sólida que propicie un debate que conduzca a la toma de decisiones sobre los próximos pasos, la investigación adicional necesaria, de ser el caso, y, finalmente,

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

al contenido del informe sobre la investigación que se presentará al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

Tal y como se solicitó en la reunión del Comité de Información Pública de los custodios de octubre de 2021, el secretario, miembro del personal, está proporcionando la información adicional de la investigación solicitada sobre la visualización activa frente a la pasiva de un anuncio de servicio público.

¿En qué consiste la colocación pasiva de anuncios?

Los anuncios pasivos promueven sus servicios de forma aparentemente modesta, sutil y más natural, sin incomodar ni abrumar a la gente. Implica acciones para llegar a las personas, lo sepan o no, como la colocación de anuncios en lugares que están viendo de todos modos.

Ejemplo:

Un anuncio que se visualiza al margen de un sitio web, o intercalado en el contenido del sitio web; eso es una forma pasiva de publicidad.

Dado que los visitantes tienen la opción de mirar el anuncio u otro contenido cercano, la publicidad pasiva no parece forzada ni molesta, sino opcional y esperada por los clientes. Mediante un posicionamiento inteligente, pone los contenidos y las oportunidades a disposición de los usuarios en línea, pero luego se espera que los consumidores vean los contenidos por sí mismos.

¿En qué consiste la colocación activa de anuncios?

Los anuncios activos generalmente implican invadir el espacio o el tiempo de las personas de forma más amplia y agresiva (directa). Estos métodos son más obvios e importunos, por lo que la gente sabe de inmediato que está viendo anuncios.

Ejemplos:

Los anuncios emergentes (*pop-ups*) son el ejemplo más evidente.

La persona no estaba buscando la ventana emergente ni la esperaba, pero se la pusieron enfrente, a pesar de todo. Una vez que la ve, no hay duda de que ella es el objetivo, y tiene que tomar alguna medida para quitarla de su vista. Ya sea haciendo clic para ver el anuncio o cerrando la ventana.

La investigación realizada hasta la fecha incluye un documento adjunto de dos páginas

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

en el que se detalla el costo de los servicios de colocación de pago de las “Oportunidades digitales y de redes sociales”.

Además, se proporciona, como documento de referencia, un sólido “Esquema de plan de distribución”, basado en los servicios de transmisión digital de Connect360. Esto incluye los detalles sobre las plataformas, el servicio, la duración, el público objetivo, los resultados estimados y los presupuestos.

La investigación:

En Servicios de Comunicaciones revisaron una propuesta de solicitud de información (véase un extracto más abajo); investigaron un poco más, y confirmaron con un proveedor que la colocación pagada es, de hecho, una forma de publicidad pagada. Todo lo que va más allá de la emisión se considera “pago por reproducción” (P4P), y es un modelo de publicidad en Internet o en línea.

La investigación no encontró nada en los documentos de Historia y Acciones Destacadas del Comité de Información Pública de la Conferencia ni en los archivos de nuestro departamento que indique que no podemos hacer publicidad pagada. De hecho, ya participamos en la campaña publicitaria de pago de correo electrónico no solicitado para la distribución de comunicados por medio de Campaign Monitor.

Por lo tanto, el coordinador del proyectos de Servicios de Comunicaciones recomendaba seguir adelante con la difusión (que estamos realizando mediante Connect360) y la distribución en línea de pago (que no tenemos planes de hacer en este momento) para “Muro” y “Fiesta”.

A continuación se cita un fragmento de la declaración de servicios del proveedor sobre la colocación pagada de publicidad, tomada de su solicitud de información:

Servicios Digitales y de Redes Sociales de Connect360

Tengo entendido que están interesados en buscar la manera de poner sus anuncios de servicio público en algunos servicios de *streaming*. Les adjunto con la presente un panorama de los servicios que ofrecemos. A continuación se explican los encabezados de las columnas, para facilitar la comprensión de la tabla que les he proporcionado:

1. Plataforma: Se refiere a la plataforma en la que podemos colocar sus anuncios de servicio público.
2. Servicio: Ofrece una explicación de la plataforma.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

3. Duración: La mayoría de las colocaciones duran de uno a dos meses.
4. Público objetivo: Como ya mencioné anteriormente, mediante los medios de comunicación digitales pueden dirigirse a grupos demográficos clave (grupos de edad) u otras opciones de estilo de vida.
5. Resultados estimados: Se refiere a lo que estimamos que será la cobertura; los resultados son en términos de “transmisiones de video” (lo que significa que una persona vio su video) o impresiones.
6. Presupuestos: El monto que costaría.

Connect360 compartió que, si bien esto les ofrece un amplio panorama general de las opciones y los precios, tengan por favor en cuenta que podemos personalizar los programas y los presupuestos y, a menudo, repartirlos entre más meses. Tengan en cuenta que todas estas colocaciones son completamente de pago; no es espacio donado. En todos los casos, al final de una campaña les proporcionamos un informe detallado que incluye las diferentes métricas disponibles (ya sean visualizaciones de video, impresiones, clics a su sitio web, etcétera).

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022.

El comité discutió el estudio de factibilidad sobre la colocación paga de videos de anuncios de servicio público en plataformas de *streaming*. El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022 la investigación realizada por la OSG sobre la colocación pagada de videos de anuncios de servicio público en plataformas de *streaming*, incluyendo detalles adicionales sobre la variedad de plataformas de *streaming* y video que están disponibles.

La discusión de los custodios dio origen a algunas preguntas que podrían iniciar la conversación:

1. ¿Le parece que esta es una línea de acción que la Conferencia quisiera intentar?
2. ¿A qué grupo demográfico entre el público se podría llegar con este tipo de anuncios de servicio público?
3. ¿Qué clase de mensajes sería?

Nota: Sería mejor no indicar específicamente el nombre de la plataforma, para permitir la flexibilidad.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Consideración del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité revisó y aceptó la investigación del Comité de Información Pública de los custodios de 2022 sobre la factibilidad de la colocación paga de ASP en video en plataformas de transmisión en directo (*streaming*) y solicitó que se haga más investigación. El comité brindó las siguientes sugerencias y espera recibir un informe que se presente ante el Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

- Los miembros del comité desean ver investigación adicional que compare los anuncios pagos con aquellos que utilizan espacio donado y la efectividad de estos enfoques diferentes.
- Incluir investigación sobre las plataformas de transmisión directa canadienses para comprender mejor las normas sobre ASP y las plataformas específicas que hay en Canadá.
- Enfocarse en obtener sugerencias y comentarios de miembros de AA de distintos grupos etarios sobre el deseo de la Comunidad de acometer la colocación paga de anuncios en plataformas de *streaming*.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité discutió el estudio de factibilidad sobre la colocación pagada de videos de anuncios de servicio público en plataformas de *streaming*. El comité estuvo de acuerdo con las sugerencias de realizar investigación, proporcionadas en la consideración del comité de 2022. El comité solicitó que el secretario miembro del personal incorpore un análisis de costo y beneficios que incluya información sobre pagar para la distribución y transmisión de los anuncios de servicio público en televisión, en comparación con la colocación pagada garantizada de los ASP. El secretario miembro del personal incluirá también el informe de Connect360 sobre la manera en que ha cambiado el mundo de las comunicaciones.

El secretario miembro del personal ha determinado que es importante proporcionar la investigación realizada hasta la fecha como material de referencia para los miembros del Comité de Información Pública de los custodios de 2022 y 2023.

Informe actualizado del secretario miembro del personal del 29 de octubre de 2022:

1. Hemos empezado a investigar las plataformas de transmisión en directo (*streaming*) canadienses que se encuentran en Canadá.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El trabajo adicional de investigación y encuesta solicitado en el informe de la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022 se centrará en el período comprendido entre noviembre de 2022 y enero de 2023.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité discutió el estudio de factibilidad sobre la colocación paga de videos de anuncios de servicio público en plataformas de *streaming*. El secretario miembro del personal ha comenzado a investigar en las plataformas de transmisión en directo (*streaming*) canadienses. La labor de investigación y encuesta adicionales que fue solicitada continuará, y el comité espera recibir un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité debatió el estudio de viabilidad actualizado sobre la colocación paga de videos de anuncios de servicio público en plataformas de transmisión en directo (*streaming*), y acordó que la información que se incluye es adecuada. El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el estudio realizado por la OSG con el fin de examinar un enfoque para poner a prueba los anuncios de servicio público de colocación paga.

Material de referencia:

1. [Recopilación de lo investigado sobre colocación paga de 2023.](#)
2. [Oportunidades de *marketing* digital y en redes sociales de Connect360.](#)
3. [Colocación de *streaming* por televisión.](#)
4. [Marketing en Amazon TV.](#)

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Una recopilación de lo investigado respecto de la posibilidad de colocar anuncios de servicio público de pago en plataformas de *streaming*

28 de enero de 2023

Marco temporal de la investigación: Julio de 2019 al 28 de enero de 2023

Introducción y resumen de las novedades de esta investigación desde la 72.^a Conferencia de Servicios Generales del año pasado:

El coordinador de IP ha enmarcado esta investigación para compartir primero lo que hacemos hoy en día para desarrollar, producir, distribuir y seguir el alcance exitoso de cualquier anuncio de servicio público (ASP) de TV aprobado por una Conferencia de Servicios Generales.

Se espera que esta investigación sea útil para que puedan analizar si la colocación de pago de videos de anuncios de servicio público en plataformas de transmisión directa (*streaming*) es un servicio de canal de medios de comunicación nuevo y efectivo para costear por medio de nuestra tradición de automantenimiento, con las contribuciones de la Comunidad.

Proceso actual de los anuncios de servicio público:

Nuestro proceso actual está detallado en el Plan Integral de Medios de 2023. Aquí se extraen algunas secciones para considerar en el contexto de esta investigación.

El miembro del personal de la OSG en la asignación de IP dirige cualquier proyecto para producir nuevos anuncios de servicio público, ya sea para la televisión o la radio, además de editar cualquier anuncio que ya exista.

Si consideramos los anuncios de servicio público más nuevos que produjimos en 2020, “Muro” y “Fiesta”, el proceso de producción incluye a nuestro Departamento de Publicaciones y proveedores de servicios externos para crear o editar un anuncio. Todo el contenido creativo nuevo pasa por un proceso de comité hasta llegar a la Conferencia para su aprobación.

- a. Los dos se crearon y desarrollaron con un costo total de \$78,000.
- b. Los dos se editaron con un costo total de \$8,700.

Una vez que se aprueban, se contrata a un proveedor de servicios para garantizar que se distribuyan de la manera más amplia posible en toda la estructura de servicios de los EE. UU. y Canadá. Se brinda a los comités datos de análisis y seguimiento para que su

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

revisión.

- c. Los dos se distribuyeron y siguieron por un año, lo cual representó un costo de \$57,000.

Esto representa un gasto total de \$143,700 para nuestros dos anuncios de servicio público más nuevos.

Relevancia, utilidad y uso continuo de los anuncios de servicio público:

Cada año, el Comité de IP de los custodios y el Comité de IP de la Conferencia revisan nuestros anuncios de servicio público para verificar que sigan siendo relevantes y útiles (es decir, que el mensaje siga siendo relevante, moderno y no anticuado).

Tenemos un total de cinco anuncios de servicio público que siguen siendo relevantes y útiles en nuestro sitio web aa.org en <https://www.aa.org/es/downloadable-videos>.

Un canal de distribución secundario es el hecho de que los comités de IP locales que hacen labores de difusión suelen mandar estos anuncios a los canales de TV para establecer una conexión y lograr que los transmitan. Este trabajo se suma a la distribución y el seguimiento profesional durante un año cada vez que producimos un anuncio de servicio público nuevo.

Preguntas para considerar cuando se analice la investigación:

1. ¿Podríamos usar algunas contribuciones de automantenimiento de la Séptima Tradición para continuar la distribución de los anuncios de servicio públicos ya producidos que siguen siendo relevantes y útiles como un servicio de la Oficina de Servicios Generales luego del primer año posterior a la producción de nuevos anuncios?
2. ¿La publicación paga es un camino para este tipo de distribución adicional que transmitiría nuestro mensaje en plataformas de *streaming*?
3. ¿Esto nos permitiría ser vistos en canales que el público general, los profesionales y posibles alcohólicos utilizan?

La investigación:

Julio de 2019

A continuación, va el contenido de un memorándum de Connect 360 Multimedia sobre la distribución en línea de los anuncios de servicio público presentado originalmente ante el Comité de IP de los custodios en la reunión de julio de 2019.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Consideración adicional del Comité de Información Pública de 2019:

El comité sugirió que el Comité de Información Pública de los custodios analice las plataformas en línea como un posible medio de comunicación adicional para distribuir anuncios de servicio público futuros.

Memorándum de Connect 360 Multimedia sobre la distribución en línea de los anuncios de servicio público:



Alcohólicos Anónimos y las redes sociales y digitales

El panorama digital

Décadas atrás, los medios de comunicación principales eran la televisión, la radio y la prensa. Hoy en día, las organizaciones sin fines de lucro no pueden ignorar los cambios de hábitos respecto de *dónde* las personas obtienen sus noticias, información o entretenimiento. Las audiencias de televisión están dejando atrás la TV abierta y están pasando a Hulu, Netflix, etc. Las emisoras de radio están perdiendo oyentes frente a Pandora, iHeart o música en dispositivos móviles. Los periódicos y las revistas se han fundido o están atravesando dificultades porque la gente obtiene sus noticias de forma gratuita en línea de cualquier sitio web. El mundo de las comunicaciones ha cambiado.

Para captar la atención de las audiencias en línea, muchas organizaciones sin fines de lucro están tendiendo hacia un “abordaje integrado”: mantener los medios de comunicación tradicionales, pero expandirse a las plataformas en línea para ampliar su alcance de las audiencias, en especial, las audiencias más jóvenes. Si bien estas organizaciones sin fines de lucro continúan aprovechando los espacios que se donan en los medios de comunicación para emitir anuncios de servicio público, también los complementan con campañas de redes sociales pagas y la colocación de pago en plataformas digitales.

Longevidad de los mensajes

Los anuncios de servicio público emitidos se transmiten durante muchos meses y hasta un año o más. Pero las campañas digitales se hacen para un período de tiempo específico (normalmente un mes). Es por esto que muchas organizaciones sin fines de lucro siguen un abordaje integrado puesto que utilizan anuncios de servicio público en TV para lograr una concientización más amplia durante un período de tiempo extendido y estrategias digitales en algunos meses en los que hay una relevancia particular de su tema. Por

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

ejemplo, una organización de lucha contra el cáncer de mama quizás aumente las campañas digitales en octubre, el mes de concientización sobre el cáncer de mama. En lo que respecta a AA, entiendo que sus mensajes no tienen un período de tiempo de relevancia específico, pero sé que abril es el mes de la concientización sobre el alcohol o que diciembre (las fiestas) o enero (resoluciones de Año Nuevo) pueden ser épocas especiales de mayor visibilización y concientización.

Donación o pago en las redes digitales y sociales

En el mundo de las redes digitales y sociales, hubo una época en la que los sitios webs colocaban carteles para las organizaciones sin fines de lucro sin ningún costo y los blogueros escribían felices sobre causas sin fines de lucro. Hoy esto ha cambiado completamente porque hay tantos anunciantes dispuestos a pagar, que las plataformas venden todo su espacio. Incluso los blogueros se pasaron a un modelo de tarifas y reciben el dinero que piden.

Recuerden que los canales de TV transmiten los anuncios de servicio público para ser buenos ciudadanos corporativos, lo cual ayuda en los períodos de renovación de licencias ante la Comisión Federal de Comunicaciones. También *necesitan* anuncios de servicio público para llenar los espacios de publicidad sin vender porque simplemente no pueden vender todos los espacios. Pero en el caso de las redes digitales y sociales, no hay una agencia gubernamental supervisora o una renovación de licencias que fuerce a una plataforma a ser altruista; en estos casos, se trata más de los accionistas y las ganancias. Lo máximo que se puede esperar es que las plataformas ofrezcan una tarifa reducida para los mensajes de organizaciones sin fines de lucro, llamadas tarifas sin fines de lucro o tarifas “accesibles”.

Cualquier organización que quiera publicar sus mensajes en plataformas de redes digitales y sociales deberá pagar, porque no hay opciones “donadas”. Es así; otras organizaciones sin fines de lucro que quieren estar en línea pagan. Si están buscando en línea y ven un cartel de una organización sin fines de lucro, esa organización está pagando para que ese cartel aparezca.

¿Entonces se considera un comercial si el anuncio es pago?

No hay ninguna norma especializada que defina qué se considera un comercial. Se puede ver de dos maneras. Si la definición se apoya en que el tiempo haya sido comprado o donado, entonces se podría decir que es un “anuncio de servicio público” cuando se transmite en un espacio donado, pero es un “comercial” si el tiempo se compró. Sin embargo, si es una función del mensaje, entonces un “comercial” podría ser de una entidad con fines de lucro que quiere vender un producto o servicio, mientras que un anuncio de servicio público sigue siendo un servicio público si el mensaje es en interés del público, sin importar si se compró o no el tiempo de transmisión. Es simplemente una campaña de servicio público paga.

En última instancia, esta es una situación poco clara y, dado que puede verse de las dos maneras, AA deberá evaluarla adecuadamente para determinar cuán cómoda se siente con este asunto.

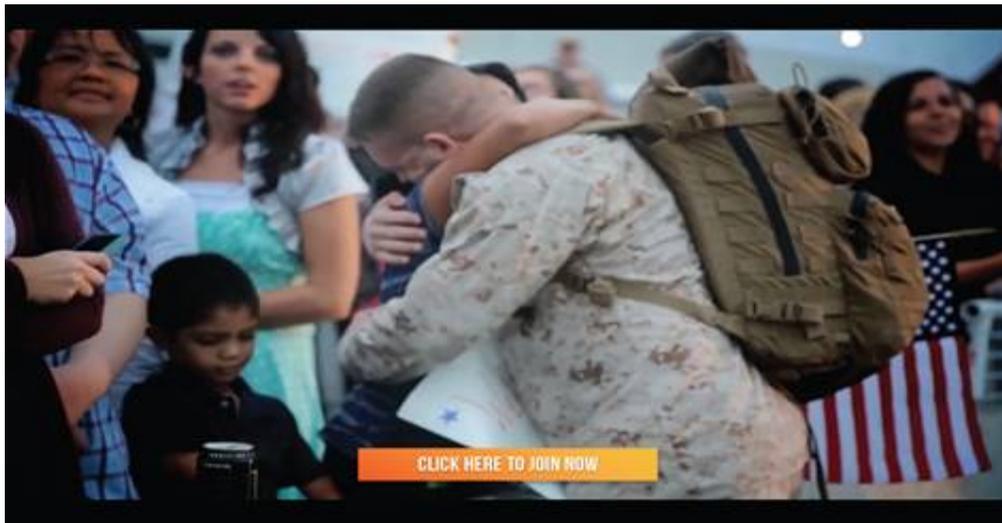
¿Hay alguna forma de marcar que AA no apoya ningún programa o tiene una opinión respecto del programa que se está emitiendo? ¿Un descargo de responsabilidad?

Dependerá de la plataforma. Le preguntamos a Hulu y nos dijeron que permitirían un descargo de responsabilidad, pero AA debería añadirlo al video y hacer que aparezca de izquierda a derecha en el tercio inferior del espacio. Dicho esto, Hulu de todas formas se reserva el derecho de aprobación final luego de analizarlo en su verificación de calidad estándar.

Si bien comprendemos la necesidad del descargo de responsabilidad, tengan en cuenta que podría ser una distracción. El espectador podría concentrarse más en el descargo de responsabilidad en movimiento a lo largo de su pantalla y perderse el mensaje del video.

En las versiones en línea, ¿se puede colocar un cartel en un anuncio de servicio público para que redirija al usuario a aa.org?

Algunas de las campañas digitales incluyen un cartel de la campaña, que puede redirigir al usuario al sitio web de AA por medio de un clic, mientras que otras permiten un botón superpuesto en el video (ver el ejemplo debajo).



Este ejemplo viene de una organización de veteranos que hizo una campaña para conseguir nuevos miembros. El video de AA podría tener un botón superpuesto a medida que se reproduce el anuncio de servicio público que diga, por ejemplo, "Haga clic aquí para conocer más sobre AA".

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

¿Cuánto tiempo de colocación de una emisión de prueba se necesitaría para determinar el “éxito” en términos de llegar a la gente?

La mayoría de las colocaciones se hace por un mes y cada plataforma viene con resultados (*entregables*) estimados de la colocación del anuncio. Por ejemplo, Hulu viene con un estimado de 350,000 vistas. Un anuncio colocado en los sitios web de noticias de la CNN, Fox y USA Today tiene 220,000 vistas. YouTube viene con 140,000 a 425,000 vistas (según el paquete adquirido).

Nuestra función es cumplir o superar el resultado (vistas) estimado. Lo que suceda más allá de eso, como cuántos clics van a su sitio web, es una función que excede nuestro control, pero es algo que AA debería medir para evaluar la efectividad de la campaña o plataforma.

Mi sugerencia es probar la colocación digital de un anuncio durante un mes y evaluar luego el desempeño. Trabajaríamos con ustedes para determinar la mejor opción de colocación según sus objetivos y presupuesto.

¿Cuán necesario es que las entidades estén en plataformas en línea? ¿Hay alguna audiencia a la que no estemos llegando que podríamos alcanzar?

Por experiencia, puedo decirles que las organizaciones sin fines de lucro más grandes están pasando a las “recaudaciones de fondos digitales” para encontrar nuevos donantes. Los métodos popularmente atractivos en el pasado, como los llamados telefónicos y los correos directos, se hacen menos efectivos a medida que los donantes de generaciones anteriores fallecen. Las organizaciones sin fines de lucro saben que para mantener la recaudación de fondos es necesario que su misión llegue a otras generaciones.

Si bien entiendo que AA no se trata de recaudar fondos, el punto es el siguiente: como organización, necesitan llegar a nuevas audiencias con su mensaje constantemente. Para encontrarlas, es necesario adoptar nuevas estrategias. De la misma forma que las colectas de fondos mantienen métodos más antiguos, pero se han tenido que expandir a nuevas tecnologías.

Incluso con los exitosos anuncios de servicio público de TV de AA que generan decenas de miles de emisiones, tengan en cuenta que la edad promedio del espectador de TV en vivo es 56 (según Nielsen). Esto significa que algunas audiencias no están tan expuestas al mensaje de AA como otras porque no son espectadores de TV frecuentes. Según Nielsen:

- El 59 % de los espectadores de TV en vivo tiene más de 55 años
- El 18 % de los espectadores de TV en vivo tiene 45-54 años
- El 12 % de los espectadores de TV en vivo tiene 35-44 años
- El 3 % de los espectadores de TV en vivo tiene 18-24 años

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Si bien no cabe duda de que hay un lugar para transmitir los anuncios de servicio público, esto señala la necesidad de que AA también expanda su visibilidad para estar en los lugares que frecuentan otras audiencias, que en gran medida se trata de las plataformas de redes sociales y digitales.

Si los miembros del comité de AA reflexionan sobre su propio uso de Internet, ya sea Facebook o buscar un video instructivo en YouTube, chequear WebMD para obtener información sobre una enfermedad, ver un programa en Hulu, etc., creo que será evidente que se necesita que AA sea parte del mundo en línea para llegar a un nuevo conjunto de audiencias con su mensaje.

Abril de 2022:

El coordinador de proyectos del departamento de Servicios de Comunicaciones inició esta investigación adicional sobre este tema. Se espera que brinde información sólida que genere una discusión que lleve a tomar decisiones sobre los próximos pasos.

La investigación de abril de 2021:

Servicios de Comunicaciones revisó una propuesta de solicitud de información (ver el extracto abajo), investigó un poco más y lo confirmó con un proveedor de servicios: la colocación de anuncios pagos es, de hecho, una forma de publicidad paga. Cualquier cosa que no sea una transmisión se considera Pay for Play (P4P, [pago por vista]) y es un modelo publicitario en línea o de internet.

La investigación no encontró nada en los documentos de historia y acciones destacadas del Comité de Información Pública o en los archivos de nuestro departamento que diga que no podemos utilizar anuncios pagos. De hecho, ya participamos en *marketing* o publicidad no solicitada por correo electrónico de pago para la distribución de comunicaciones por medio de Campaign Monitor.

Por eso, el coordinador de proyectos de Servicios de Comunicaciones recomendaba avanzar con las transmisiones (lo cual estamos haciendo con Connect360) y la distribución paga en línea (sobre la cual no tenemos planes en este momento) de "Muro" y "Fiesta". Esto no sucedió.

Lo que sigue es un extracto de una declaración de servicios de un proveedor de servicios sobre la colocación de anuncios pagos obtenida de su solicitud de información con fecha de abril de 2021:

Connect 360: servicios de redes digitales y sociales y *streaming*

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



Entiendo que están interesados en explorar la posibilidad de publicar sus anuncios de servicio público en algunos servicios de *streaming*. Adjunto un resumen de los servicios que ofrecemos. Si observan el cuadro que incluyo, aquí aclaro los encabezados de las columnas:

1. Plataforma: Esta es la plataforma en la que podemos colocar sus anuncios de servicio público.
2. Servicio: Explica más sobre la plataforma.
3. Duración: La mayoría de los anuncios se coloca por uno o dos meses.
4. Objetivos: Como mencioné anteriormente, en las redes digitales se pueden dirigir los anuncios a una audiencia de ciertas características demográficas clave (grupos etarios) u otras opciones de estilo de vida.
5. Resultados estimados: Esto es lo que estimamos que será la cobertura; los entregables son “vistas de video” (es decir, una persona que vio su video) o impresiones.
6. Presupuestos: El monto que costaría.

Connect360 compartió que, si bien esto les da una visión general de las opciones y costos, consideren que podemos personalizar los programas y presupuestos y distribuirlos en más meses. Tengan en cuenta que estos son anuncios completamente PAGOS. No se trata de espacio donado. En todos los casos, al final de una campaña les brindamos un informe detallado que incluya las diferentes métricas disponibles (ya sean vistas de video, impresiones, clics hacia su sitio web, etc.).

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Octubre de 2021:

Tal como se solicitó en la reunión del Comité de Información Pública de los custodios de octubre de 2021, el secretario del personal brindó la información pedida sobre las vistas activas y pasivas de un anuncio de servicio público.

¿Qué es la colocación pasiva de anuncios?

Los anuncios pasivos atraen sus servicios de maneras que parecen pequeñas, sutiles y más orgánicas, que no molestan o abruman a las personas. Incluyen esfuerzos que llegan a las personas, lo sepan o no, como colocar anuncios en ubicaciones donde están mirando de todos modos.

Por ejemplo:

Un anuncio en pantalla en el margen de un sitio web o en medio del contenido de un sitio web es una forma de publicidad pasiva.

Dado que los visitantes tienen la opción de ver el anuncio u otro contenido cercano, la publicidad pasiva no se siente forzada ni molesta, sino opcional y algo esperado por parte de los clientes. Pone a disposición de los usuarios en línea el contenido y la oportunidad por medio del posicionamiento inteligente, pero luego espera que los consumidores vean el contenido por su cuenta.

¿Qué es la colocación activa de anuncios?

Los anuncios activos en general implican invadir el espacio o tiempo de la gente de maneras más grandes y agresivas (directas). Estos esfuerzos son más obvios e intrusivos para que la gente sepa de inmediato que está viendo un anuncio.

Ejemplos

Los anuncios emergentes (*pop-ups*) son el ejemplo más obvio.

La persona no estaba buscando la ventana emergente ni la esperaba, pero le apareció de todos modos. Una vez que la ve, no hay dudas de que se dirige a ella y tiene que tomar la decisión de quitarla de su vista; hacer clic para ver el anuncio o cerrar la ventana.

La investigación hecha hasta la fecha incluye un documento adjunto de cinco páginas que detalla el costo de “Oportunidades de redes digitales y sociales” de los servicios de colocación de anuncios pagos.

Julio de 2022 a enero de 2023: Solicitud del Comité de IP de los custodios al Comité de IP de la Conferencia:

1. Los miembros del comité querrían ver una investigación adicional que compare el valor de

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

medios de los anuncios pagos y donados y la efectividad de estos abordajes diferentes.

- a. Para cumplir con esta solicitud, el coordinador de IP brinda para analizar la siguiente información: Uno de los análisis de Connect360 de valor de medios de los anuncios donados del año de seguimiento de diciembre de 2021 a diciembre de 2022.

Inglés y español total:

- Resultados finales: 125,192 emisiones al aire; 615,956,841 impresiones, con un valor de medios de \$ 34,506,580.

Total de Canadá: Resultados finales:

- En diciembre, se emitieron adicionalmente 1,269 veces los anuncios de servicio público canadienses, para un total de 11,485 emisiones al aire.
 - Además de las nuevas emisiones en VisionTV, continuó la cobertura en las cadenas nacionales CBC News Network, Aboriginal People’s Television Network, CTV Sci-Fi Channel, Much, Ici ARTV, Ici RDI, RDS, RDS 2, y en varias estaciones de Sports Network.
 - Los anuncios de servicio público comenzaron a transmitirse en nuevas estaciones locales de Montreal, Vancouver, Victoria, Peterborough, Surrey, Calgary y Edmonton.
- b. Además, el coordinador de IP está compartiendo experiencia de los comités locales referente a la contratación de servicios de colocación paga de anuncios. Esto se dio en el período entre diciembre de 2022 y febrero de 2023 y el total fue \$3,000. Este es un ejemplo del informe de análisis del comité local.

Resumen de la campaña

Pedido	Partida presupuestaria	Impresiones del servidor de anuncios	Clics del servidor de anuncios	Proporción de clics (CTR) del servidor de anuncios	Gasto (\$)	Tasa de finalización
CANAL #15004 - ANON BC - dic 2022 - feb 2023	#1 Bell Media (Inglés) - RON - Todas las plataformas - Video in stream de :15	9,002.00	43.00	0.48 %	\$369.08	90.99 %
CANAL #15004 - ANON BC - dic 2022 - feb 2023	#2 Bell Media (Inglés) - RON - Web de escritorio y móvil - video out stream de :15	31,000.00	79.00	0.25 %	\$434.00	33.84 %

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

CANAL #15004 - ANON BC - dic 2022 - feb 2023	#4 Bell Media (Inglés) - ROC - TV conectada - Video in stream de :15	3,855.00	-	0.00 %	\$158.06	97.69 %
CANAL #15004 - ANON BC - dic 2022 - feb 2023	#6 Bell Media (Inglés) - RON - Todas las plataformas - Video in stream de :15 (1)	6,830.00	53.00	0.78 %	\$280.03	90.52 %
CANAL #15004 - ANON BC - dic 2022 - feb 2023	#7 Bell Media (Inglés) - RON - Web de escritorio y móvil - video out stream de :15	6,283.00	21.00	0.33 %	\$87.96	34.57 %
CANAL #15004 - ANON BC - dic 2022 - feb 2023	#9 Bell Media (Inglés) - ROC - TV conectada - Video in stream de :15	2,120.00	-	0.00 %	\$86.92	98.49 %
Total		59,090.00	196.00	0.33 %	\$1,416.05	55.67 %

2. Incluir la investigación de plataformas de *streaming* de Canadá para entender mejor las regulaciones de anuncios de servicio público y las plataformas de *streaming* específicas de ese país.

Servicios de streaming canadienses:

- [Disney+](#) *
- [Netflix](#) *
- [Apple TV+](#) *
- [Hayu](#)*
- [Amazon Prime](#)*
- [Fubo TV](#)
- [CBC Gem](#) – solo tiene anuncios en la versión no premium
- [Roku Channel](#)
- [DAZN](#)
- [Tubi](#)
- [CBS all access](#) - solo tiene anuncios en la versión no premium
- [Plex](#)
- [Crave](#) – ha estado probando anuncios

Esta lista incluye servicios de *streaming* que también están en los Estados Unidos. Podrían incluir diferentes anuncios así como contenido disponible para transmitir, por lo

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

que se incluyeron en esta lista. Los servicios con un * no tienen anuncios al 30/09/22, pero esto podría cambiar en el futuro.

Nota: Hulu no es un servicio de *streaming* individual en Canadá, sino un adicional de Disney+ (actualmente libre de anuncios). Otros programas de Hulu están en Amazon Prime y Crave. HBO Max tampoco está disponible en Canadá, pero actualmente no tiene anuncios de programas que no sean suyos.

3. Focalizarse en obtener respuestas de los miembros de AA de distintos grupos etarios respecto del deseo de la Comunidad de utilizar la colocación de anuncios de AA pagos en plataformas de *streaming*.
 - a. El pedido es que los delegados obtengan estos comentarios de los miembros en los simulacros de la Conferencia, mesas redondas y asambleas de preparación para la 73.^a Conferencia de Servicios Generales en las áreas locales.

Preguntas finales para considerar los próximos pasos:

- b. ¿Esta sería una dirección que la Conferencia quisiera probar?
- c. ¿Qué tipo de características demográficas de la audiencia objetivo podría alcanzarse con este tipo de mensaje de anuncios de servicio público?
- d. ¿Qué tipos de mensajes?

##

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



OPORTUNIDADES DE MARKETING DIGITAL Y EN REDES SOCIALES

Plataforma	Descripción	Posibles públicos objetivos	Duración	Resultados estimados	Presupuesto
SEGMENTOS DE VIDEO					
Amazon TV 	Colocación de anuncios de video de hasta treinta segundos en sitios de Amazon con publicidad (Amazon Prime Video, Twitch, Fire TV e IMDB), por medio de aparatos de televisión conectados, computadoras de escritorio, computadoras portátiles y dispositivos móviles.	La segmentación demográfica incluye niveles de escolaridad, niveles de ingresos, etnia, grupos de edad, estado civil, perfiles de donantes, intereses de categoría <i>millennials</i> , adolescentes, <i>boomers</i> , madres, padres, personas generosas, deportes, alimentación, salud, viajeros, etcétera.	Todos los paquetes son a partir de dos meses.	160,700 visualizaciones de video y 500 mil impresiones de anuncios.	\$ 13,125
				226 mil visualizaciones de video y 727 mil impresiones de anuncios.	\$ 17,500
				346 mil visualizaciones de video y 1.2 millones de impresiones de anuncios.	\$ 26,250
				500 mil visualizaciones de video y 1.8 millones de impresiones de anuncios.	\$ 35,000
Televisión conectada 	Colocación de anuncios de video de hasta treinta segundos en los canales más importantes por medio de televisiones y dispositivos inteligentes, como Apple TV, Roku, Xbox y Amazon Fire. Hay disponibilidad de campañas en español.	La segmentación demográfica incluye generación Z, <i>millennials</i> , mujeres, hombres, adultos mayores y más.	Seis semanas.	303,500 visualizaciones de video.	\$ 15,000
			Dos meses.	422 mil visualizaciones de video.	\$ 20,000
			Tres meses.	630 mil visualizaciones de video.	\$ 30,000
			Cuatro meses.	875 mil visualizaciones de video.	\$ 40,000
Perímetro virtual 	Marketing móvil basado en la localización, conforme al	La segmentación demográfica con tecnología de <i>marketing</i>	Un mes.	2.1 millones de impresiones de anuncios.	\$ 17,500

CONFIDENCIAL El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

	seguimiento de la ubicación actual del usuario según sus coordenadas GPS en tiempo real, con una segmentación de audiencia direccionable capaz de llegar a direcciones de calle de audiencias específicas en una proporción 1 a 1, ofreciendo publicidad en pantalla o recursos en video.	superlocalizado está dirigida a usuarios conforme a zonas geográficas específicas dentro de un perímetro de cinco millas, en tiempo real.		3.2 millones de impresiones de anuncios	\$ 26,300
					\$ 35,000
				4.3 millones de impresiones de anuncios o 2.1 millones de impresiones de anuncios y más de 870 mil visualizaciones de video.	\$ 50,000
				3.1 millones de impresiones de anuncios y más de 1.2 millones de visualizaciones de video.	

Plataforma	Descripción	Posibles públicos objetivos	Duración	Resultados estimados	Presupuesto
SEGMENTOS DE VIDEO					
Video en aplicaciones móviles	Colocación de anuncios de video de hasta treinta segundos en aplicaciones móviles, interactuando con el público objetivo. Hay disponibilidad de campañas en español.	La segmentación demográfica incluye niveles de escolaridad, niveles de ingresos, etnia, grupos de edad, estado civil, perfiles de donantes, intereses de categoría <i>millennials</i> , <i>adolescentes</i> , <i>boomers</i> , <i>padres</i> , <i>personas generosas</i> , <i>deportes</i> , <i>alimentación</i> , <i>salud</i> , <i>viajeros</i> , etcétera.	Un mes.	370 mil visualizaciones de video más 40 mil clics.	\$ 20,500
			Un mes.	670 mil visualizaciones de video más 50 mil clics.	\$ 30,500
Hulu	Hasta 30 colocaciones de videos sobre los que se puede hacer clic (excluyendo las que se encuentren fuera de la ciudad) en la plataforma	Por género, edad, <i>millennials</i> , <i>adolescentes</i> , <i>madres</i> y otras categorías de público objetivo. Opciones de segmentación por región,	Un mes.	350 mil transmisiones de video.	\$ 26,950

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

	Hulu disponible en múltiples dispositivos, con visualizaciones cien por ciento completas en pantalla completa. Hay disponibilidad de campañas en español.	conductual, por género de filmes y programas y otros.			
Video dirigido antes del contenido	Coloca videos de hasta treinta segundos en diversos sitios web principales. Puede incluir un botón superpuesto en el video mientras se transmite: “Para donar, haga clic”, o “Para unirse, haga clic”. Hay disponibilidad de campañas en español.	Ingresos familiares, sexo, escolaridad, etnia, ocupación, etapa de vida, afiliación política, hábitos de compra, aficiones, hijos en casa, entretenimiento consumido, religión y mucho más.	Un mes.	650 mil transmisiones de video.	\$ 22,500
YouTube	La cobertura en video de hasta treinta segundos en YouTube incluye contenido optimizado, proyección completa al cien por ciento del video, y un botón superpuesto con invitación a participar mediante un enlace al sitio web de la campaña. Hay disponibilidad de campañas en español.	La segmentación demográfica incluye ingresos familiares, género, niveles de escolaridad, etnia, ocupación, hijos en casa, <i>millennials</i> , madres, adultos mayores, adolescentes. Puede incluirse la segmentación geográfica.	De uno a dos meses.	140 mil visualizaciones de video. 280 mil visualizaciones de video. 425 mil visualizaciones de video.	\$ 11,500 \$ 21,500 \$ 30,000
Instagram, Snapchat y TikTok	Lanzamiento de videos hiperdirigidos y estáticos, optimizados en todas las plataformas para lograr un alto impacto.	Segmentación demográfica y geográfica con públicos e intereses personalizados.	A la medida.	A la medida.	A la medida.
Plataforma	Descripción	Posibles públicos objetivos	Duración	Resultados estimados	Presupuesto

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

SEGMENTOS DE VIDEO					
ESPN Digital	Utiliza publicidad en pantalla de alto impacto con videos previos al contenido en ESPN.com y la aplicación móvil ESPN. Puede hacerse clic sobre el video de quince o treinta segundos, con opción de no poder ser saltado e iniciado por el usuario. Los mensajes reciben un cien por ciento de cuota de voz (SOV, por su sigla en inglés).	Oportunidad de centrarse en áreas de mercado designadas clave (DMA, por su sigla en inglés).	Un mes.	1.1 millones de visualizaciones de video e impresiones de anuncios combinados.	\$ 30,000
Sitios de CNN, Fox News y USA Today	Videos de treinta segundos previos al contenido en los tres sitios populares en el ámbito nacional.	Solo público general en todo el país.	Un mes.	220 mil transmisiones de video.	\$ 10,500
Pandora y Pandora en español	Colocación de videos de treinta segundos en Pandora, con un mensaje publicitario para llamar la atención sobre la campaña. Colocación de anuncios de audio de quince o treinta segundos, con mensajes publicitarios en las plataformas móviles y el sitio web de Pandora en español.	Segmentación demográfica por edad, etnia, niveles de ingresos; categorías de contenido por niveles de escolaridad, estado civil, estilos de vida, padres clasificados por la edad de los hijos, padres, <i>boomers</i> y <i>millennials</i> . Opciones de segmentación por zona geográfica.	A la medida.	A la medida.	A la medida.
Facebook	Videos de hasta sesenta segundos y publicidad en pantalla.	Por intereses, ubicación, género y edad.	Un mes.	Cinco millones de visualizaciones e impresiones de anuncios.	\$ 10,000
Sling TV	Colocación de videos de quince o treinta segundos en los canales de Sling, disponibles en vivo o por	Edad, género, grupo étnico, ingresos familiares y muchos otros perfiles. Segmentación por categorías de interés,	Un mes.	320 mil visualizaciones de video.	\$ 21,500

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

	solicitud al gusto en dispositivos personales, tanto como anuncios de <i>streaming</i> por televisión (conocidos en inglés como OTT) como en línea. Entre ellos se incluyen, por ejemplo, Disney XD, Freeform, Lifetime, USA, TBS, CNN y MSNBC.	como noticias, deportes, música y entretenimiento.			
Spotify	Colocación de segmentos de audio de quince o treinta segundos en Spotify, con mensaje publicitario.	Dirigido al público general en el ámbito nacional, con opciones de segmentación demográfica y geográfica.	A la medida.	A la medida.	A la medida.
Plataforma	Descripción	Posibles públicos objetivos	Duración	Resultados estimados	Presupuesto
SEGMENTOS DE VIDEO					
iHeart Radio	Colocación de segmentos de audio de quince o treinta segundos en <i>streaming</i> en vivo, con mensaje publicitario para llamar la atención sobre la campaña.	Segmentación demográfica por grupos de edad, etnia, niveles de ingresos, y categorías de contenido conforme a niveles de escolaridad, estado civil, estilo de vida, padres, <i>boomers</i> y <i>millennials</i> .	A la medida.	A la medida.	A la medida.
WebMD	Utilización de publicidad programática, con plataforma propia, segmentación de públicos, junto con publicidad en pantalla o contenido en video en el sitio web número uno en salud. Hay disponibilidad de campañas en español.	Segmentación a la medida diseñada al momento de la solicitud.	Un mes.	26 millones de visitantes únicos al mes.	\$ 21,500

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

<p>CBS Interactive</p>	<p>Combinación de videos <i>pre-roll</i> o mensajes publicitarios en CBS Audience Network, que abarca CBS.com, CBS News.com, CBSN, CBS All Access y sitios locales operados y pertenecientes (“owned and operated”, O&O, por su acrónimo en inglés) a CBS en las 23 más importantes áreas de mercado designadas clave (DMA, por su sigla en inglés)</p>	<p>Género, edad, niveles de ingresos, grupo étnico, estilo de vida, padres y mamás desglosados por la edad de sus hijos, papás, <i>boomers</i> y <i>millennials</i>. Las opciones de segmentación geográfica disponibles están disponibles.</p>	<p>A la medida.</p>	<p>A la medida.</p>	<p>A la medida.</p>
<p>ÚNICAMENTE PUBLICIDAD EN PANTALLA</p>					
<p>Solución de público objetivo a la medida</p>	<p>La campaña de publicidad en pantalla controlada hace uso de las búsquedas del usuario, perfil conductual y redireccionamiento del sitio; puede emplearse para dirigirse a donantes.</p>	<p>Segmentación por grupos de edad, género, adultos con o sin hijos, propietarios de mascotas, padres, afiliación política, niveles de ingresos, niveles de escolaridad, propietarios de vivienda, estado civil, posibles donadores, miembros de las fuerzas armadas, <i>millennials</i>, <i>boomers</i>, generación X, etcétera.</p>	<p>Un mes. Dos meses. Tres meses.</p>	<p>Dos millones de impresiones en línea. Seis millones de impresiones en línea. Nueve millones de impresiones en línea.</p>	<p>\$ 27,250 \$ 48,750 \$ 71,500</p>
<p>i-Español</p>	<p>Colocación de mensajes publicitarios en español en los principales sitios web hispanos, así como la distribución segmentada en dispositivos móviles y <i>tablets</i>.</p>	<p>Público hispano.</p>	<p>A la medida.</p>	<p>A la medida.</p>	<p>A la medida.</p>

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

Plataforma	Descripción	Posibles públicos objetivos	Duración	Resultados estimados	Presupuesto
CONTENIDO PATROCINADO					
Infografías	Infografía de diseño personalizado y artículo editorial con hipervínculos y palabras clave para la optimización de motores de búsqueda, colocada en sitios web de medios de comunicación (televisión, radio e impresos).	Gran amplitud; el público objetivo central tiende a ser familias de clase media y alta, así como propietarios de viviendas en comunidades de todo el país.	A la medida.	A la medida.	A la medida.
Listicle	Contenido editorial patrocinado en forma de lista, con fotografías y enlaces al sitio web, presentado en sitios web de los medios de comunicación (televisión, radio e impresos).	Gran amplitud; el público objetivo central tiende a ser familias de clase media y alta, así como propietarios de viviendas en comunidades de todo el país.	A la medida.	A la medida.	A la medida.
STATNews	Contenido editorial patrocinado sobre salud, con enlaces en directo dentro del flujo editorial del sitio, la página de inicio y secciones basadas en temas.	Público en el ámbito nacional, tratando de llegar al público relacionado con la salud, incluidos ejecutivos de empresas, responsables políticos, investigadores, científicos y consumidores o pacientes.	A la medida.	A la medida.	A la medida.

NOTA: Los presupuestos proporcionados se basan en los precios actuales del socio de la plataforma digital, y están sujetos a cambio. El contenido debe ser sometido a una revisión editorial realizada por todas las plataformas.

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.



COLOCACIÓN EN PLATAFORMAS DE STREAMING DE TV

Su contenido en servicios de streaming populares como Roku, Apple TV, Disney+ y más

Connect360 coloca su contenido de video en servicios de streaming populares como Roku, Apple TV, Disney+, entre otros. Estos servicios de streaming, también llamados “televisores conectados”, han crecido muchísimo durante el último año. De hecho, el 84 % de los hogares estadounidenses tiene al menos un televisor conectado y 42.2 millones de hogares de los Estados Unidos ven TV por medio de un dispositivo de streaming.

- El video de :15 o :30 se coloca en servicios de streaming de video que concuerden con los perfiles de la audiencia
- Los paquetes de audiencia destacan las opciones potenciales de programas dentro de cada campaña
No se garantiza la aparición de un anuncio de video antes de todos los programas de la lista.
- Los informes incluyen las vistas de video totales, vistas completas, vistas por cuartil, vistas por dispositivo y plataforma CTV, clics totales y un detalle demográfico de la audiencia

Los paquetes de audiencia populares incluyen:

- Intereses de mujeres: HGTV, Food Network, Hallmark, Bravo, Own, entre otros
- Intereses de hombres: ESPN, Fantasy Sports, NFL, NHL, NBA, NBC Sports, entre otros
- Intereses de milenials: Fox, Revolt, Travel, MTV, FX, Sling, E! Online, entre otros
- Intereses de personas mayores: History Channel, National Geographic, TV Land, Golf TV, entre otros
- Entretenimiento: TLC, A&E, AMC, Comedy Central, BET+, entre otros
- Noticias: CNN, NBC, MSNBC, Fox News, BBC News, ABC News, USA Today, entre otros
- Personalizado: podemos personalizar una lista de canales de streaming según sus audiencias objetivo

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los miembros.

Presupuesto	Entregables estimados	Duración
\$15,000	303,500 vistas de video	Seis semanas
\$20,000	422,000 vistas de video	Dos meses
\$30,000	630,000 vistas de video	Tres meses
\$40,000	875,000 vistas de video	Cuatro meses

Nota: En los casos de gastos más altos, podemos armar un presupuesto personalizado con más entregables.

Contacte a Chelsea O. para obtener más detalles.



[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los miembros.

MARKETING EN AMAZON TV

Coloque su contenido en las plataformas de streaming exclusivas de Amazon

Información Pública
Punto L
Doc.4

Amazon Prime Video ofrece más contenido que todos los proveedores de servicios de streaming y ha cambiado la forma en la que todas las generaciones ven videos. Dada su popularidad, el marketing en Amazon TV es una de las mejores formas de interceptar a su audiencia objetivo y captar su atención. Hay muchos beneficios únicos de anunciar en Amazon TV, incluyendo la posibilidad de:

- Identificar audiencias por demografía y geografía
- Identificar personas según su historial de compras en Amazon
- Esto es particularmente útil para organizaciones, por ejemplo, organizaciones sin fines de lucro de salud, que no pueden identificar audiencias con condiciones médicas específicas de forma directa, pero pueden seguir los artículos que compran normalmente.

Ahora, por medio de la colaboración entre Connect360 y Amazon TV, puede colocar su video y recursos audiovisuales para pantallas en las propiedades de Amazon compatibles con anuncios: IMDB, FireTV, Twitch y Amazon Prime Video. El mensaje de su campaña llega a las audiencias objetivo por medio de las aplicaciones de Amazon TV en el dispositivo predilecto del usuario; televisor conectado, dispositivos OTT (Roku, Amazon Fire, Xbox, Playstation), computadora de escritorio, móvil y tablet.

Los servicios de marketing en Amazon TV incluyen:

- Contenido de video de :15 o :30 que corre en las propiedades de Amazon compatibles con anuncios
- Campañas de múltiples dispositivos, incluyendo televisores conectados, computadoras de escritorio, laptops y dispositivos móviles
- El video le aparece al espectador como un anuncio previo al programa seleccionado
- Connect360 diseña anuncios de pantalla para que el cliente apruebe. El cliente aporta el contenido de video
- Todas las campañas pueden dirigirse a demografías y geografías a pedido
- La identificación de la audiencia incluye acceso a la *first party data* patentada de Amazon
- La duración de la campaña es de dos meses. Se puede extender con un presupuesto adicional
- Los informes incluyen vistas de video, tasas de finalización (VCR), finalización de video por cuartil, interacciones del video, clics, impresiones, entrega del contenido por pantalla

Presupuestos

Anuncios en inglés

Presupuesto - \$13,125 – 288,000 streams de video estimados

Presupuesto - \$17,500 – 384,000 streams de video estimados

Presupuesto - \$26,250 – 576,000 streams de video estimados

Anuncios en español

Presupuesto - \$13,125 – 260,000 streams de video estimados

Presupuesto - \$17,500 – 350,000 streams de video estimados

Presupuesto - \$26,250 – 535,000 streams de video estimados



CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO M: Debatir sobre un folleto de Información Pública

1. Revisar el informe de avance sobre la revisión del volante “AA de un vistazo”.

Notas de referencia:

Notas de referencia del miembro del personal de la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022:

El secretario, miembro del personal, realizó una investigación en los documentos del Comité de Información Pública de los custodios y encontró el cuadro con la lista de puntos de revisión de los folletos aprobados por la Conferencia que son competencia de este comité. Se trata de un cuadro que los Comités de Información Pública de los custodios anteriores habían debatido.

El cuadro con la lista de puntos de revisión se entregará para su discusión en la reunión del 29 de enero de 2022.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022.

El comité discutió y acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022 una sugerencia para revisar el volante aprobado por la Conferencia, “AA de un vistazo”. El comité solicita al comité de la Conferencia que considere si las actualizaciones editoriales y un aspecto más moderno mejorarían la eficacia de este volante para transmitir el mensaje.

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité consideró la sugerencia de revisar el folleto “AA de un vistazo” y solicitó que el Comité de Información Pública de los custodios y el secretario miembro del personal se enfoquen en mejoras basadas en las siguientes sugerencias, y espera que se presente un borrador o bien un informe de avance al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

CONFIDENCIAL: Material de referencia de la 73.ª Conferencia de Servicios Generales

- Modernizar el aspecto y el lenguaje del folleto, pero manteniendo la mayor parte del contenido del mensaje de esta herramienta efectiva de Información Pública.
- Eliminar toda referencia a la expresión “borrachos sin esperanza” y enfocarse más en la solución y no en el problema en este material.
- Actualizar el lenguaje sobre contribuciones y automantenimiento para eliminar toda referencia a un monto en dólares para la contribución.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité pospuso el debate sobre el progreso de la actualización del volante “AA de un vistazo” aprobado por la Conferencia hasta la reunión de octubre de 2022. El comité estuvo de acuerdo en que se necesita un nuevo diseño y un vocabulario actualizado.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité discutió la propuesta pospuesta de revisar “AA de un vistazo”. El secretario miembro del personal informó de que se está trabajando en un nuevo diseño y un vocabulario actualizado para este volante. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

Informe actualizado del secretario miembro del personal del 28 de enero de 2023:

El secretario miembro del personal no ha podido dedicarse a la actualización de este folleto, debido a los otros importantes proyectos de Información Pública que están en marcha.

- Presentación de informes sobre el resultado de la Encuesta de los miembros de AA.
- Videos de jóvenes.
- Tarjetas de servicio de Información Pública.
- Revisión del folleto *Hablando en reuniones fuera de AA*.
- Actualización del Plan Integral de Medios.

Se trabajará en la actualización de este folleto y se podrá presentar un borrador del mismo o un informe de avance en la reunión de julio de 2023 del Comité de Información Pública de los custodios.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 un informe de avance sobre la revisión del volante aprobado por la Conferencia, “AA de un vistazo”.

Material de referencia:

1. [Lista de puntos para revisión de un folleto de Información Pública de 2023.](#)
2. [AA de un vistazo](#) (SF-1) (literatura de Información Pública aprobada por la Conferencia)
[A.A. At a Glance](#) (F-1) (original en inglés)

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Cuadro de puntos para revisión de folleto de Información Pública de 2023

AA de un vistazo https://www.aa.org/es/aa-de-un-vistazo https://www.aa.org/assets/en_US/f-1_AAataGlance.pdf		
<p>Historia</p> <p>La más antigua referencia respecto de su creación data de 1954. No se le vuelve a mencionar sino hasta 1977. No se puede determinar, debido a la temprana fecha de su elaboración, si fue “aprobado” además de como material de servicio; no obstante, se han realizado cambios en el volante por acción recomendable. La más reciente data de 2019.</p>	<p>Sugerencias y observaciones</p> <p>Descripción en aa.org: “Folleto que presenta básica información sobre la Comunidad de AA”.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Artículo gratuito - ¿Es demasiado extenso? - Los comités locales lo piden al por mayor, pero ¿es útil? 	<p>Sugerencias:</p> <p>Se sugiere que se revise y edite para lograr un aspecto renovado.</p>

[Volver a Portada](#)

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO M: Debatir sobre un folleto y material de Información Pública

2. Evaluar las revisiones sugeridas al folleto “Hablando en reuniones no AA” [nuevo título sugerido en español: “Hablando en reuniones fuera de AA”].

Notas de referencia:

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022.

El comité discutió y acordó remitir revisiones substanciales para el folleto “Hablando en reuniones no AA” al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022. El comité sugirió que se revisara también la lista de publicaciones disponibles en el folleto.

Nota: *El secretario miembro del personal informó al comité que la sugerencia de actualizar una presentación en PowerPoint con el fin de ofrecer la experiencia acumulada sobre cómo presentar AA en eventos ajenos a AA necesita ser considerada una vez que se haya tomado una decisión sobre la revisión del folleto, “Hablando en reuniones no AA”. El Comité de Información Pública de los custodios espera contar con un informe de avance referente a esta tarea en la reunión de julio de 2022.*

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité consideró la sugerencia de revisar el folleto “Hablando en reuniones no AA” y solicitó que el Comité de Información Pública de los custodios avance con la actualización. El comité solicitó que el secretario miembro del personal comience con el borrador del folleto provisto para su revisión. Además, el comité compartió sus propias correcciones editoriales. Finalmente, el comité solicitó al secretario miembro del personal que envíe un memorándum al Departamento de Publicaciones de AAWS sobre todos los cambios y espera que se envíe un informe de avance o bien un borrador del folleto al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

El secretario miembro del personal está preparado para tomar las siguientes medidas:

1. Enviar al Departamento de Publicaciones un memorándum solicitando una revisión del folleto “Hablando en reuniones no AA”.
2. Proporcionar al Departamento de Publicaciones el borrador adjunto del folleto solicitado por el Comité de Información Pública de la Conferencia.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

3. Incluir las revisiones editoriales solicitadas por el Comité de Información Pública de la Conferencia, detalladas en una copia impresa del borrador del folleto con notas manuscritas y puntos importantes de un área. El comité manifestó su acuerdo con estas notas, que se escanearán y adjuntarán al memorándum. He aquí algunos ejemplos de los tipos de temas marcados para revisión:
 - a. Asegurarse de que el preámbulo de AA se encuentre actualizado.
 - b. Uso de las mayúsculas.
 - c. Eliminar la distinción de género *él* y *ella*.
 - d. Sugerencias de información adicional para responder a la sección de preguntas frecuentes.

Información actualizada de la reunión del Comité de Información Pública de los custodios de julio de 2022.

El secretario miembro del personal informa de que el Departamento de Publicaciones de AAWS dispone de toda la información para llevar a cabo la revisión de este folleto. El Comité de Información Pública de los custodios tiene previsto recibir un borrador del folleto o un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El secretario miembro del personal informó que el Departamento de Publicaciones está revisando el folleto “Hablando en reuniones no AA”. El comité espera contar con un borrador del folleto o un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité discutió sobre la revisión del borrador del folleto *Hablando en reuniones fuera de AA* [nuevo título sugerido en español]. El comité revisó el borrador del folleto y compartió que en la versión actual faltan algunas de las sugerencias cuya inclusión se había solicitado. El comité solicitó que el secretario miembro del personal siga trabajando con el Departamento de Publicaciones y proporcione un borrador del folleto revisado o un informe de avance en la reunión de julio de 2023. El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 un informe de avance sobre la revisión del folleto aprobado por la Conferencia, *Hablando en reuniones fuera de AA*.

Material de referencia:

1. Memorándum dirigido al Departamento de Publicaciones en relación con el folleto *Hablando en reuniones fuera de AA*.
2. Informe de avance sobre la revisión de *Hablando en reuniones fuera de AA*.

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

MEMORÁNDUM

Información Pública
Punto M.2
Doc. 1

3 de agosto de 2022

A: David R., director del Departamento de Publicaciones
Julia D., gerente editorial
Ed N., gerente sénior de Producción Impresa
Sofía R., coordinadora de Producción

De: Tom H., coordinador del Comité de Información Pública de los custodios
Patrick C., secretario del Comité de Información Pública de los custodios

Asunto: El Departamento de Publicaciones de la OSG complete una nueva versión del borrador del folleto *Hablando en reuniones no AA* conforme a la acción recomendable de la Conferencia de 2019 y a las consideraciones adicionales del comité de 2021 y 2022.

Mediante el presente memorando se solicita que se realice una revisión del folleto *Hablando en reuniones no AA* [nuevo título: “Hablando en reuniones fuera de AA”] aprobado por la Conferencia.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022.

El comité acordó que las sugerencias para actualizar el folleto *Hablando en reuniones no AA* están listas para ser remitidas al Departamento de Publicaciones. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de octubre de 2022.

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité consideró la sugerencia de revisar el folleto “Hablando en reuniones no AA” y solicitó que el Comité de Información Pública de los custodios avance con la actualización. El comité solicitó que el secretario miembro del personal comience con el borrador del folleto provisto para su revisión [por parte de un área; véase documento adjunto]. Además, el comité compartió sus propias correcciones editoriales. Finalmente, el comité solicitó al secretario miembro del personal que envíe un memorándum al Departamento de Publicaciones de AAWS sobre todos los cambios y espera que se envíe un informe de avance o bien un borrador del folleto al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

El secretario miembro del personal está preparado para tomar las siguientes medidas:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

1. Enviar al Departamento de Publicaciones un memorando solicitando una revisión del folleto “Hablando en reuniones no AA”.
2. Proporcionar al Departamento de Publicaciones el borrador adjunto del folleto solicitado por el Comité de Información Pública de la Conferencia.
3. Incluir las revisiones editoriales solicitadas por el Comité de Información Pública de la Conferencia, detalladas en una copia impresa del borrador del folleto con notas manuscritas y puntos importantes de un área. El comité manifestó su acuerdo con estas notas, que se escanearán y adjuntarán al memorando. He aquí algunos ejemplos de los tipos de temas marcados para revisión:
 - a. Asegurarse de que el preámbulo de AA se encuentre actualizado.
 - b. Uso de las mayúsculas.
 - c. Eliminar la distinción de género *él* y *ella*.
 - d. Sugerencias de información adicional para responder a la sección de preguntas frecuentes.

A continuación, se presenta una recopilación para el Comité de Información Pública de los custodios de las notas de referencia de la portada que se facilitaron al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

En 2021, el Comité de Información Pública de los custodios y el Comité de Información Pública de la Conferencia consideraron y determinaron que este folleto necesitaba más revisión y trabajo interno de parte de la OSG, para elaborar sugerencias para una revisión completa.

El camino que llevó a las sugerencias para su consideración se resume en las siguientes acciones del Comité de Información Pública:

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de octubre de 2021.

El comité debatió la acción recomendable de Información Pública: que “El Comité de Información Pública de los custodios revise el folleto ‘Hablando en reuniones no AA’”. El comité solicitó que el secretario, miembro del personal, en colaboración con los miembros del personal de los despachos de CCP y de Accesibilidades, revise la versión actual y proporcione sugerencias para posibles ediciones que puedan ser útiles en las tareas de IP y de CCP. El comité también tomó nota de la sugerencia de que se preste atención a los mensajes de AA dirigidos a diversos públicos en entornos ajenos a AA, y de que se incluya una sección para la capacitación de

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

quienes participen medios de comunicación o entrevistas con la prensa. El comité espera revisar las sugerencias y los comentarios en la reunión de enero de 2022.

El comité también habló acerca de la consideración del comité de Información Pública de 2021 referente a que se elabore una presentación en PowerPoint para los comités de IP y CCP con el propósito de ofrecer la experiencia acumulada sobre cómo presentar AA en eventos ajenos a AA. El comité espera contar con un informe de avance en esta tarea, de parte del secretario miembro del personal, en la reunión de enero de 2022.

Nota del miembro del personal: Los miembros del personal creen que la plantilla actualizada de una presentación en PowerPoint con el fin de ofrecer la experiencia acumulada sobre cómo presentar AA en eventos ajenos a AA tendrá que elaborarse una vez que se haya tomado una decisión sobre la revisión del folleto, “Hablando en reuniones no AA”.

Acción recomendable de Información Pública de 2021:

El Comité de Información Pública de los custodios revise el folleto “Hablando en reuniones no AA” para reflejar mejor cómo se lleva el mensaje de AA a diversos públicos en entornos fuera de AA y que se incluya una sección sobre el entrenamiento en medios y entrevistas con la prensa, y que se presente un borrador o bien un informe de avance al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2021

El comité habló sobre los materiales de servicio y recursos para los comités de Información Pública y sugirió que se desarrollara una presentación en PowerPoint con la finalidad de brindar experiencia compartida acerca de cómo hacer presentaciones sobre AA en eventos que no son de AA.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de enero de 2021.

El comité examinó una solicitud para considerar una versión revisada del folleto “Hablando en reuniones no AA”. El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2021 la solicitud de revisión del folleto “Hablando en reuniones no AA”.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de octubre de 2020.

El comité examinó una solicitud de revisión del folleto de Información Pública “Hablando en reuniones no AA”. El comité señaló la necesidad de una revisión exhaustiva de todos los folletos de Información Pública. El coordinador nombró un grupo de trabajo formado por Cathy B., Christine C. e Ino F. para iniciar una revisión de todos los folletos y materiales de Información Pública. El coordinador solicitó a los miembros del grupo de trabajo que enviaran sus comentarios y sugerencias al secretario, miembro del personal, y que este los recopilara y presentara un informe de avance en la reunión de enero de 2021.

Nota: El grupo de trabajo revisó las actualizaciones sugeridas a “Hablando en reuniones no AA”, y vio la necesidad de realizar una revisión al folleto. El comité también observó que podría ser necesaria una sección para capacitar a quienes participan en medios de comunicación y entrevistas con la prensa, de acuerdo con la política de relaciones públicas de AA dentro del folleto. El grupo de trabajo también debatió si el folleto podría reflejar regularmente la más reciente experiencia compartida y los recursos, si estuviera bajo la clasificación de “Material de Servicio”, para que fuera útil para los comités.

Las sugerencias de cambio propuestas que fueron solicitadas:

El secretario miembro del personal solicita que el Comité de Información Pública de los custodios considere las siguientes sugerencias de revisión, elaboradas por los miembros del personal responsables de los despachos de IP, CCP y Accesibilidades. Creemos que este folleto no debe dar la impresión de que estamos sentando un precedente, sino más bien de que estamos compartiendo la experiencia y esbozando formas de abordar estas presentaciones.

Sugerencia 1:

Revisar la versión actual del folleto, comenzando con el borrador del folleto totalmente revisado “Hablando en reuniones no AA” que remitió el área local (véase el punto 10.A.1 en el material de referencia). Una vez revisado, estuvimos de acuerdo en que las revisiones cumplen el objetivo establecido de conservar toda la información posible del folleto actual, añadir información indispensable y material útil, reorganizar y abreviar.

Sugerencia 2:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Dos nuevos títulos sugeridos son “Hablando de AA a grupos ajenos a AA” o “Hablando en reuniones fuera de AA”.

Sugerencia 3:

Debajo de la sección inicial del folleto, añadir una sección sobre la unicidad de propósito.

Sugerencia 4:

Debajo de la “Posición no profesional”, añadir una sección o declaración sobre cuál es la diferencia entre atracción y promoción para los presentadores u oradores

Sugerencia 5:

Para dar respuesta a la solicitud de que se preste atención a los mensajes de AA dirigidos a diversos públicos en entornos ajenos a AA, creemos que se pueden hacer las siguientes adiciones a tres secciones del folleto. Varias de estas preguntas se refieren a la solicitud de incluir secciones para la capacitación al participar en medios de comunicación y entrevistas con la prensa.

Sección en la página 3: Tipos de reuniones ajenas a AA, **añadir el texto resaltado.**

Organizaciones de cualquier tipo pueden solicitar nuestra presencia. Las organizaciones e instituciones que pueden solicitar nuestra presencia son escuelas, médicos, abogados, salud mental, militares, fábricas, sindicatos, trabajo social y muchas otras. Dependiendo de nuestra área o región local, también podemos recibir solicitudes de organizaciones como, por ejemplo, asociaciones culturales y departamentos de policía; una escuela local de lengua de signos americana o de población indígena. De acuerdo con nuestras tradiciones, intentamos cooperar con estas organizaciones para servir a los enfermos alcohólicos que aún sufren.

Sección en la página 4: Conozca a su público y el motivo de su invitación, **añadir el texto resaltado.**

Antes de comprometerse a hablar en una reunión no AA, reflexione y haga algunas preguntas al solicitante:

- ¿Quién es el grupo que invita y cuál es su ocupación?
- ¿Cuál es el interés principal de los grupos que invitan a AA?
- ¿Por qué se invitó a AA a hablar?
- ¿Cuáles son las normas culturales que hay que respetar?
- ¿Qué soluciones lingüísticas o de accesibilidad hay que tener en cuenta al hacer la presentación?

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- ¿Cómo puede beneficiar a ellos una charla de AA?
- ¿Cómo puede transmitirse adecuadamente el mensaje de AA en esta charla?
- Pregunte si la prensa o los medios de comunicación van a asistir, o póngase en contacto con el presentador.

— Si asiste, reúname con el representante de la prensa antes y durante el evento para hablar de nuestra Tradición de anonimato.

Añadir una nueva sección en la página 5 intitulada “Consideraciones al trabajar con la prensa y los medios de comunicación cuando se dan estas charlas”:

El día del evento, vuelva a reunirse con los representantes de la prensa, porque es posible que haya hablado con un productor, y que sean un reportero y un camarógrafo quienes asistan a la reunión. Revise lo siguiente con los representantes de los medios de comunicación que estén presentes:

- Los que dudan en buscar nuestra ayuda pueden superar sus temores si están seguros de que se respetará su anonimato.
- Si se identifica a un miembro de AA en los medios de comunicación, le pedimos que por favor utilice solo sus nombres de pila (por ejemplo, Sofía M. o Ben T.), y que no utilice imágenes en las que se puedan reconocerse los rostros de los miembros. Esto ayuda a proporcionarles a los miembros la seguridad que implica el anonimato.
- El anonimato actúa como una barrera saludable para los miembros de AA, recordándonos que somos un programa de principios, no de personalidades.
- Nuestra Comunidad no hace comentarios sobre asuntos de controversia pública, pero nos alegra proporcionar información sobre AA a cualquiera que la busque.

Sugerencia 6:

En la sección “Cómo compartir acerca de AA”, la sección “Familiarícese con nuestra historia, literatura y programa de acción”:

Redacción actual: “Nuestro programa de acción está contenido en las primeras 164 páginas de *Alcohólicos Anónimos*, comúnmente conocido como ‘El Libro Grande’”.

Sugerencia de cambio: Conocido como “El Libro Grande”, el texto básico de Alcohólicos Anónimos ha ayudado a millones de personas a recuperarse del alcoholismo desde que apareció la primera edición en 1939. Los capítulos que describen el programa de recuperación de AA —los Doce Pasos originales— y las historias personales de los cofundadores de AA permanecen sin cambios desde el

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

original, mientras que se han añadido nuevos relatos a las historias personales con cada edición.

Sugerencia 7:

Agregar a la nueva sección en la página 5: Práctica “Cómo filmar de forma anónima”. Utilizar el texto sobre filmar a la sombra de la Tradición Once en el folleto ilustrado. Si se trata de una entrevista y grabación en una plataforma virtual, mantenga cerradas las cámaras de los miembros de AA.

Sugerencia 8:

Cambiar en la pregunta frecuente “¿Qué éxito ha tenido AA?”:

Redacción actual: Aunque AA no lleva ningún registro oficial, se estima que AA cuenta con más de dos millones de miembros. El programa no ha cambiado desde 1935, y ahora nuestra literatura está disponible en varios idiomas.

Se sugiere cambiarlo a algo como: La mejor manera de presentar la tasa de éxito es mediante los siguientes indicadores:

- *Miembros*

Alcohólicos Anónimos es una sociedad informal de más de dos millones de alcohólicos recuperados en los Estados Unidos, Canadá y otros países. Estos miembros se han recuperado de lo que parecía ser un estado mental y corporal irremediable. (Prólogo a la primera edición).

- *Países*

Tenemos conocimiento de que AA está presente en aproximadamente ciento ochenta países, y de que hay 64 oficinas de servicios generales autónomas en otros países. Debido a que AA nunca ha intentado llevar listas formales de miembros, es extremadamente difícil para la Oficina de Servicios Generales (OSG) de AA obtener cifras completamente exactas sobre el total de miembros en un momento dado.

- *Traducciones*

Añadir el número aproximado de idiomas a los que se ha traducido el libro *Alcohólicos Anónimos*.

Cambiar en la pregunta frecuente “¿Quién es un alcohólico?”:

Redacción actual: Absolutamente, cualquier persona puede tener esta enfermedad, como lo indica la ilimitada variedad de miembros de AA. Si beber tiene un efecto desfavorable en cualquier aspecto de la vida de una persona, y esa

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

persona todavía no puede dejar de beber, entonces él o ella —en la opinión de la mayoría de los AA— puede ser un alcohólico.

Se sugiere cambiarlo a algo como: “Si cuando sinceramente lo ha deseado, descubre que no puede dejarlo del todo; o si cuando bebe tiene poco control sobre la cantidad que toma, probablemente sea usted alcohólico”. (Página 44 de “Nosotros los agnósticos”) “Solo tú puedes decidir si quieres probar AA, si crees que puede ayudarte”. (De “¿Es AA para usted?”)

Material de referencia:

Departamento de Publicaciones: por favor, ténganse en cuenta los puntos siguientes al revisar el folleto.

1. Comenzar con la versión revisada por el área local de *Hablando en reuniones no AA*.
2. Hacer uso de los ocho cambios sugeridos que se documentan en este memorando.
3. Hacer uso del folleto escaneado con las notas manuscritas del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022.

c.c.p.: Sandra W., directora de Servicios del Personal
Marissa S., asistente del miembro del personal en el Despacho de Información Pública

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Informe de avance acerca de la actualización del folleto

“Hablando en reuniones no AA” [nuevo título sugerido: “Hablando en reuniones fuera de AA”]

El Comité de Información Pública de los custodios solicitó que el secretario miembro del personal comience con el borrador del folleto provisto para su revisión por parte de un área. Además, el comité compartió sus propias correcciones editoriales. Finalmente, el comité solicitó al secretario miembro del personal que envíe un memorándum al Departamento de Publicaciones de AAWS sobre todos los cambios y espera que se envíe un informe de avance o bien un borrador del folleto al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

El comité compartió que se requería más trabajo en relación con el agregado de texto al folleto referente a ocho correcciones sugeridas que fueron desarrolladas por los miembros del personal en las asignaciones de IP, CCP y Accesibilidades. El comité solicitó que el secretario miembro del personal continúe trabajando con Publicaciones y presente un borrador revisado del folleto o bien un informe de avance en la reunión de julio de 2023.

###

[Volver a la portada](#)

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO M: Debatir sobre un folleto y material de Información Pública.

3. Revisar el informe de avance sobre la revisión del volante “Un mensaje a los Adolescents”.

Notas de referencia:

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022:

El comité discutió la acción recomendable de 2021 sobre que “El Comité de Información Pública de los custodios revise el volante ‘Un mensaje a los adolescentes’ para reflejar mejor cómo se lleva el mensaje de AA a los jóvenes”. El coordinador abrió el debate para llegar a un consenso del Comité de Información Pública de los custodios sobre las sugerencias referentes a cómo puede transmitirse más eficazmente este mensaje en forma de volante.

Además de las revisiones sobre la redacción en las doce preguntas y la actualización de las ilustraciones, el comité estuvo de acuerdo en que el formato de volante es anticuado y discutió diversas opciones como parte de la revisión de este punto, incluyendo una infografía, una representación visual de la información usando imágenes y texto para transmitir mensajes, la creación de animaciones en formato GIF o “memes” para enlazar los mensajes en nuestros diferentes canales de medios de comunicación. El comité espera continuar el debate en la reunión de julio de 2022.

Informe de avance del coordinador de IP para el Comité de Información Pública de los custodios.

Fecha: 30 de julio de 2022.

Asunto: Revisión de la información y el formato de “Un mensaje a los adolescentes”.

Medidas adoptadas hasta la fecha en relación con este proyecto:

- a. El 22 de marzo de 2022 se celebró una reunión con el Departamento de Servicios de Comunicaciones, los miembros de comité invitados y el Departamento de Publicaciones para determinar los lineamientos de la revisión del material objeto de este comunicado.
- b. Reunión celebrada; se distribuyeron las notas tomadas en la misma.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- c. El coordinador de IP organizará la 2.^a reunión una vez finalizada la 72.^a Conferencia del Servicios Generales.
- d. Remitir un formulario de solicitud del Departamento de Servicios de Comunicaciones, en caso de ser necesario.
- e. Proporcionar un informe actualizado al Comité de Información Pública de los custodios en julio de 2022 con el informe del miembro del personal.

Estatus al 23 de junio de 2022: El coordinador de IP organizará la 2.^a reunión una vez finalizada la 72.^a Conferencia del Servicios Generales.

Pasos siguientes:

- El asistente miembro del personal de IP volvió a enviar las notas de la reunión del 22 de marzo de 2022 para que el Departamento de Servicios de Comunicaciones (DSC) pueda revisarlas y determinar qué personas del DSC deberán participar en el proyecto en el futuro.
- La próxima reunión se centrará en la posible revisión de las doce preguntas.

Notas de la reunión del 22 de marzo de 2022:

Estas notas se facilitan para que el comité de los custodios esté al tanto de las conversaciones que se están manteniendo sobre el proyecto. Al final, se presentarán sugerencias concretas al Comité de Información Pública de los custodios para su consideración y debate.

Integrantes del grupo de trabajo: Morgan B., Patrick C., Julisa S., Julie G., Kirk H., Marissa S. y Clorinda V.

Alcance: El Comité de Información Pública de los custodios nos pide que trabajemos en la elaboración de una lista de sugerencias concretas sobre cómo hacer llegar a los jóvenes el volante “Un Mensaje a los Adolescentes” con mayor efectividad.

Además de revisar la redacción de las doce preguntas y actualizar los gráficos, el comité convino en que el formato de folleto es obsoleto y debatió diversas opciones como parte de la revisión de este punto, entre ellas:

- utilizar infografías;
- representar visualmente la información utilizando imágenes y texto para transmitir los mensajes;
- crear archivos GIF o memes para publicar mensajes cruzados en nuestros distintos canales en los medios de comunicación.

1. Revisar y retirar el volante actual, “Un Mensaje a los Adolescentes”.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Se recordó que el folleto original iba dirigido a menores de entre 10 y 18 años.

Se dijo que esta actualización puede hacerse en cualquier formato, “no necesariamente en forma de volante”. En la historia del volante se menciona que se encomendó en 1980, con la intención de regalarlo en exposiciones de salud y otros eventos. Se inspiró en nuestro volante “AA de un vistazo”. Básicamente, se trata de una versión vistosa de las 12 preguntas de “¿Demasiado joven?”. Desde entonces, no ha cambiado mucho.

Las observaciones a primera vista de los custodios son que el aspecto y el contenido están anticuados; que es un artículo gratuito y que hay que hacer algo para que se utilice mejor (archivos GIF, memes, videos, etcétera). También se considera que el material gráfico es “poco atractivo” por sus tonos oscuros.

Los diagramas de flujo podrían traducirse fácilmente en imágenes “para explicar algo complejo”. También mencionó que no deberíamos sobrecargar con explicaciones demasiado detalladas esta actualización, ya que el volante antiguo tiene 12 preguntas. “Se trata de una serie de datos que van juntos, o de qué información se queda y cuál se va”.

Se subrayó que el formato está totalmente abierto. Podría ser un artículo digital o en línea únicamente. Lo que nos interesa es que sea algo *útil*.

2. Lluvia de ideas sobre formatos actualizados

Se preguntó cuáles eran las opciones de impresión, formato y tamaño, y cuál sería su finalidad, y si estamos “casados” con las 12 preguntas. Se sugiere consultar los folletos de algunos centros de tratamiento y de admisión a la universidad, para ver lo que están haciendo en este sentido, ya que tienen muchos estudios de marketing detrás de las elecciones gráficas que están haciendo para esta generación y cómo consumen la información. También sugirió que la creación de un grupo específico de trabajo podría ser una buena idea.

Se compartió que el Departamento de Publicaciones está estudiando la posibilidad de reelaborar el folleto “¿Demasiado joven?”, el cual nos ayudaría a determinar en qué dirección podríamos dirigirnos. También se considera la posibilidad de que sea una animación. Pero si creamos un nuevo guion, ella puede hacer un video que armonice con los demás folletos para que sea uniforme.

El miembro de comité invitado declaró que, desde la perspectiva del diseño gráfico, los folletos son estupendos, porque pueden contener mucha información

en un tamaño reducido, con lo que tenemos muchas oportunidades de transmitir información.

3. Lluvia de ideas sobre la actualización del material gráfico

El miembro de comité invitado sugiere centrarse en elementos gráficos y no en imágenes (de *stock*), ya que ello contribuirá a su longevidad. Lo mejor es encargar nuevo material gráfico. Sugirió a algunos artistas. Piensa que los folletos son una buena manera de hacer llegar la información a la gente de manera económica y eficaz, y que posteriormente podremos dividirlos en infografías o presentaciones de diapositivas, una vez que todo esté consolidado.

Se sugirió que los folletos aislados podrían no ser la mejor manera de hacer llegar el mensaje a este grupo demográfico de edad, y que debería crearse algo más, en concreto, digital.

El miembro de comité invitado propuso trabajar con el Grapevine para, eventualmente, publicar en Instagram gráficos actualizados, y, tal vez, probar con diferentes artistas para ver con cuál de ellos se consigue una mejor respuesta y mayor resonancia entre nuestro público.

El miembro de comité invitado menciona que hay mostradores para folletos en las oficinas de los colegios, iglesias y en los eventos, por lo que cuentan con una infraestructura de distribución ya existente, aunque sea mayor el número de personas que consultan las redes sociales. Opina que una de las estrategias clave en materia de medios de comunicación consiste en averiguar cómo aprovechar nuestra biblioteca actual de material aprobado por la Conferencia y cómo traducirlo en contenidos en línea. Si elaboramos un folleto de excelente calidad, podríamos dividirlo en unas cinco publicaciones en las redes sociales o en tarjetas y postales físicas.

Se preguntó si esto sustituiría la tarjeta de servicio para los jóvenes. Podemos pasar fácilmente de una tarjeta de servicio a un cartel o a una publicación en Instagram, y fusionar estos proyectos para ser coherentes.

Se sugiere que la composición gráfica resulte atractiva no solo para los adolescentes, sino también para los preadolescentes, y que trabajemos con grupos demográficos de distintas edades. No se puede tener algo que funcione con un grupo y no con el otro. También sugirió que busquemos tres empresas con las que queramos trabajar para que nos proporcionen sus muestras, incluso una forma de desarrollar una futura relación con un proveedor.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El miembro de comité invitado afirma que deberíamos buscar un artista concreto, en lugar de una empresa. Dice: “Me gustaría que pareciera salido de las páginas de [Juxtapoz Magazine](#), para atraer a este grupo de edad”.

4. ¿Quién estaría dispuesto a trabajar en la revisión de la redacción de las Doce Preguntas?

Se preguntó si podíamos cambiar la redacción de estas doce preguntas. Sí, podemos hacer sugerencias.

Se pensó que podríamos reducirlas a la mitad, a seis, y ser breves, para este público y grupo de edad.

El miembro de comité invitado sugiere bajar el nivel de lectura para atraer a toda la franja de edad. Esta idea obtuvo un apoyo unánime.

También se consideró que, al igual que en el proyecto del video de los jóvenes, deberíamos pedir a la gente que nos dijera cómo actualizarían este artículo, y en qué les habría resultado útil esta información. “Contenido generado por la Comunidad”.

Otro miembro sugiere que podemos enviar múltiples pruebas de texto, en lugar de gráficos, para asegurarnos de que estamos hablando *con* este grupo de edad, en lugar de hablarles *a* ellos.

5. Abierto. ¿Dudas o comentarios?

El miembro de comité invitado sugiere que nos pongamos en contacto con un grupo de escuelas de recuperación para hacerles una encuesta sobre lo que piensan del folleto y recabar muchas opiniones. El siguiente es el enlace: <https://recoveryschools.org/> Este es el enlace al paquete con el material de apoyo: <https://recoveryschools.org/toolkit/>

El presupuesto en 2022 para “edición y proyectos diversos” es de diez mil dólares.

Se sugirió la posibilidad de establecer nuestra presencia en las redes sociales dedicada a la juventud en AA.

Todos coincidimos en que tenemos que utilizar estas plataformas digitales en el futuro.

Deberíamos cooperar con el Grapevine, pues lo están haciendo muy bien en Instagram, trabajando con ellos mientras tanto y enviándoles contenido.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El miembro de comité invitado pregunta si, como AA, podemos adherirnos a organizaciones, y Patrick responde que no. Como AA, podemos participar en los eventos que organizan. Unirnos a organizaciones iría en contra de las Tradiciones.

El miembro de comité invitado sugiere que nos acerquemos a Alateen.

A continuación se ofrecen todos los enlaces de la reunión que fueron compartidos por los participantes en el chat:

- [https://www.nyu.edu/content/dam/nyu/ugAdmissions/documents/Visit-nyu/20JS075_Digital_TravelPiece%20\(1\).pdf](https://www.nyu.edu/content/dam/nyu/ugAdmissions/documents/Visit-nyu/20JS075_Digital_TravelPiece%20(1).pdf)
- <https://recoveryschools.org/>
- <https://collegiaterecovery.org/>
- La Association of Recovery Schools (asociación de escuelas de recuperación) cuenta con un paquete de material de apoyo; en el mismo podría encontrar cabida nuestro mensaje: <https://recoveryschools.org/toolkit/>

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité pospuso el debate sobre la actualización del volante “Un Mensaje a los Adolescentes”, aprobado por la Conferencia, hasta la reunión de octubre de 2022.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité debatió sobre la actualización del volante “Un Mensaje a los Adolescentes”, aprobado por la Conferencia, pospuesto en la reunión de octubre (sic) [de julio] de 2022. El secretario miembro del personal compartió que se continúa trabajando en la actualización de este volante. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de enero de 2023

Informe actualizado del secretario miembro del personal del 28 de enero de 2023:

El secretario miembro del personal no ha podido dedicarse a la actualización de este folleto, debido a los otros importantes proyectos de Información Pública que están en marcha.

- Presentación de informes sobre el resultado de la Encuesta de los miembros de AA.
- Videos de jóvenes.
- Tarjetas de servicio de Información Pública.
- Revisión del folleto *Hablando en reuniones fuera de AA.*

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Actualización del Plan Integral de Medios.

Se trabajará en la actualización de este folleto y se podrá presentar un borrador del mismo o un informe de avance en la reunión de julio de 2023 del Comité de Información Pública de los custodios.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el informe de avance sobre la revisión del folleto *Un mensaje a los adolescentes*, aprobado por la Conferencia.

Material de referencia:

[Volver a la agenda](#)

1. [“Un mensaje a los Adolescents”](#).

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO N: Evaluar el informe de avance sobre la solicitud de crear una nueva forma de comunicación para tratar el tema del anonimato en los medios sociales.

Notas de referencia:

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 1.º de febrero de 2020.

El comité debatió una solicitud para crear una nueva forma de comunicación para tratar específicamente el tema el uso del anonimato en las redes sociales. El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2020 una solicitud para crear una nueva forma de comunicación para tratar específicamente el tema del uso del anonimato en las redes sociales.

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2020:

El comité revisó la solicitud para “crear una nueva forma de comunicación para tratar el tema del anonimato en las redes sociales”. El comité sugirió que el Comité de Información Pública de los custodios continúe discutiendo esta solicitud y que recopile información preliminar antes de seguir adelante.

Información que debe recopilarse:

- La experiencia que la Comunidad ha compartido sobre la manera en que los miembros de AA se adhieren a la Tradición del anonimato en diversas plataformas de redes sociales.
- Medidas sugeridas de seguridad y etiqueta al utilizar redes sociales.
- El anonimato en las plataformas de videoconferencia.

Aunque el comité reconoce que existe literatura de AA sobre el anonimato (“Comprendiendo el anonimato”, Guías de AA sobre Internet, etcétera), el comité observó que el contenido es anticuado y no refleja con exactitud la tecnología actual ni la experiencia de la Comunidad. Se necesita material específico y actualizado, y se podría estudiar la posibilidad de crear un artículo de servicio en video para comunicar la experiencia sobre el tema. El comité solicitó que el Comité de Información Pública de los custodios continúe la discusión sobre el particular y que presente un informe

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

de avance o el borrador de una propuesta al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2021.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 31 de octubre de 2020.

El comité discutió la solicitud para “crear una nueva forma de comunicación para tratar el tema del anonimato en las redes sociales. El comité revisó el informe de avance del secretario miembro del personal sobre la elaboración de una encuesta en línea para que la Comunidad explore sus perspectivas sobre las Tradiciones basadas en el anonimato y las redes sociales. El comité acordó continuar discutiendo el punto y pidió que el secretario, miembro del personal, presentara un informe de avance sobre la encuesta en la reunión de enero de 2021.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 31 de enero de 2021.

El comité habló sobre la solicitud para crear una nueva forma de comunicación acerca del anonimato y las redes sociales. El comité también tomó nota de la consideración del Comité de Información Pública de 2020 referente a que el Comité de Información Pública de los custodios continúe discutiendo esta solicitud y que recopile información preliminar antes de seguir adelante. El comité de los custodios revisó las posibles preguntas para la encuesta que podrían compartirse con la Comunidad, y solicitó que se le entregaran notas al secretario miembro del personal sobre el borrador de las preguntas para la encuesta.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 31 de julio de 2021.

El comité continuó el debate y la revisión del punto de agenda propuesto en el que se solicita “crear una nueva forma de comunicación para tratar el tema del anonimato en las redes sociales”. El comité pospuso la discusión para después de que finalice el fin de semana de la Junta, o, en su defecto, reanudar el debate en la reunión de octubre de 2021.

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de octubre de 2021.

El comité prosiguió la discusión y revisó el punto de agenda propuesto en el que se solicita “crear una nueva forma de comunicación para tratar el tema del anonimato en las redes sociales”. El secretario miembro del personal encontró la solicitud de una encuesta sobre la experiencia compartida intitulada “Encuesta sobre el anonimato en

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

las redes sociales: una solicitud de comentarios y sugerencias por parte de los miembros de AA”. El secretario, miembro del personal, pedirá orientación al comité sobre las preguntas de la encuesta y su distribución, y presentará un informe de avance en la reunión de enero de 2022.

El 15 de noviembre de 2021, el secretario, miembro del personal, solicitó orientación al coordinador y al coordinador adjunto del Comité de Información Pública de los custodios sobre la encuesta de experiencia compartida intitulada “Encuesta sobre el anonimato en las redes sociales: una solicitud de comentarios y sugerencias por parte de los miembros de AA”, y preguntó si era necesario que varios miembros del comité se reunieran para revisar y confirmar que la encuesta está lista para enviar las correcciones.

Recordatorio: Debemos “proporcionar una respuesta al remitente por parte del Comité de Información Pública de los custodios en relación con las acciones que se están llevando a cabo actualmente con este punto de agenda propuesto pendiente, después de la reunión de enero de 2022”. El secretario miembro del personal envió una respuesta al remitente en enero y mayo de 2022.

El coordinador del comité de los custodios respondió lo siguiente:

Gracias por descubrir este trabajo y ayudar a que este punto de agenda tan importante avance. El material de referencia sobre la revisión histórica es muy útil para evaluar la encuesta. Sin embargo, la encuesta necesita algo de trabajo, ya que no está lista para ser utilizada. Es posible que haya que ajustar algo más que la redacción para conseguir realmente lo que queremos de ella.

La inquietud es que, teniendo en cuenta el trabajo del PGM, solicitar al comité que revise este formulario parece una tarea difícil de realizar antes de la reunión de enero de 2022 del Comité de Información Pública de los custodios.

Opción aceptada:

Del informe del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de enero de 2022.

El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022 la petición de “crear una nueva forma de comunicación para tratar el tema del anonimato en las redes sociales” y el borrador de una encuesta elaborada para recoger la experiencia compartida de la Comunidad (para su consideración).

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El comité consideró la solicitud de crear una nueva forma de comunicación para tratar el anonimato en los medios sociales, revisando el borrador de una encuesta desarrollada para recopilar experiencia compartida de la Comunidad. El comité le pidió al Comité de Información Pública de los custodios y al secretario miembro del personal que se enfoquen en la distribución de la encuesta a todos los grupos etarios, especialmente a los jóvenes, y que obtengan resultados que ilustrarán las decisiones acerca de cualquier nueva forma de comunicación. El comité espera recibir un informe de avance que se presente ante el Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

¿Está de acuerdo el Comité de Información Pública de los custodios con la sugerencia de distribuir esta encuesta del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022? ¿Alguien desea hacer alguna otra sugerencia?

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité pospuso el envío de una encuesta sobre el anonimato en las redes sociales en 2022. La encuesta tiene por objeto recabar la experiencia compartida de la Comunidad para ilustrar los debates del Comité de Información Pública de los custodios sobre la creación de una nueva forma de comunicación sobre el tema. El comité estima que es necesario actualizar las preguntas de la encuesta, ya que muestran un tono informal. El comité solicita que la encuesta no se distribuya al mismo tiempo que la Encuesta de los miembros de AA de 2022. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

Informe actualizado del secretario miembro del personal del 28 de enero de 2023:

El secretario miembro del personal no ha podido dedicarse a la actualización del cuestionario de esta encuesta, debido a los otros importantes proyectos de Información Pública que están en marcha.

- Presentación de informes sobre el resultado de la Encuesta de los miembros de AA.
- Videos de jóvenes.
- Tarjetas de servicio de Información Pública.
- Revisión del folleto *Hablando en reuniones fuera de AA*.
- Actualización del Plan Integral de Medios.

Se trabajará en un nuevo cuestionario de la encuesta, con una actualización de las preguntas, ya que por el momento tienen un tono informal. Se presentará un informe de avance en la reunión de julio de 2023 del Comité de Información Pública de los custodios.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité discutió el informe de avance en relación con la solicitud para crear una nueva forma de comunicación para tratar el tema del anonimato en las redes sociales. El comité **acordó remitir** al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el informe de avance sobre la solicitud para crear una nueva forma de comunicación para tratar el tema del uso del anonimato en las redes sociales”.

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO O: Evaluar el informe sobre el proceso de la Encuesta de los miembros de AA

Notas de referencia:

Acción recomendable de Información Pública de 2022 2022 [una nota dice: “¿fue esta una acción recomendable?].

El cuestionario de la encuesta de los miembros de 2022 reciba una revisión editorial final por parte del Comité de Información Pública de los custodios luego de consultar con nuestra experta profesional en metodología de encuestas, con el fin de tratar las inquietudes manifestadas en la 72.ª Conferencia de Servicios Generales referentes a las preguntas sobre identificación racial y étnica, y situación laboral.

Un informe titulado “Adenda al informe del 10 de enero de 2022” se presentó ante el Comité de IP de los custodios en julio de 2022 en el que se recomendaba la redacción de las preguntas sobre identificación racial y étnica, y situación laboral.

De la reunión del 30 de julio de 2022 del Comité de Información Pública de los custodios:

El comité aprobó el cuestionario de la Encuesta de los miembros de 2022 modificado por la especialista en metodología de encuestas de acuerdo con la acción recomendable de 2022. El comité revisó y acordó que el proyecto para implementar la Encuesta de los miembros de 2022 es integral y alcanzará la meta de ofrecer resultados efectivos. El coordinador nombró un subcomité que incluye a David S. (coordinador), Kirk H. y Reilly K. para revisar las recomendaciones y crear mejores métodos para informar los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

La segunda parte de esta portada se centra en la acción recomendable de 2022 referente a la Encuesta de los miembros de AA .

Acción recomendable de Información Pública de 2022 [sic. Puede ser una consideración del comité].

Luego de una revisión exhaustiva del informe de la especialista profesional en metodología de encuestas donde detalló las acciones necesarias para elaborar una encuesta a los miembros lógica, se lleve a cabo una Encuesta de los miembros de AA de 2022, con un costo presupuestado que no exceda los \$20,000. El proceso incluirá el envío por correo, sistema digital de respuesta y análisis, creación y distribución de mensajes, incluyendo un video instructivo para los grupos y miembros.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

De la reunión del 29 de octubre de 2022 del Comité de Información Pública de los custodios:

El comité revisó el informe del proceso de la Encuesta de los miembros de AA de 2022. Este informe sintético detalla las acciones emprendidas por la asignación de IP en lo que respecta al objetivo de llevar a cabo una encuesta lógica en colaboración con los custodios regionales, delegados y el personal.

Una vez que se finalice la encuesta, se enviará una evaluación a las partes involucradas con el fin de recibir comentarios sobre la encuesta.

La información recopilada en esta encuesta no solo tiene un gran valor, sino que es extremadamente alentadora. Sin embargo, los resultados de la encuesta no deberían utilizarse para predecir cifras de la Comunidad de AA, los alcohólicos en general o la población. Los miembros de AA que completaron el cuestionario representan solo a aquellos que asistieron a una de las reuniones de grupo de muestra elegidas al azar en las que se llevó adelante la encuesta. Cada Encuesta de los miembros de AA ha sido un pantallazo actual de una cantidad limitada de todos los grupos de AA en un momento específico.

De la reunión del 28 de enero de 2023 del Comité de Información Pública de los custodios:

El comité debatió el informe sobre el proceso de la Encuesta de los miembros de AA de 2022. El comité apreció el informe documentado de los pasos que se siguieron para llevar a cabo la encuesta de los miembros. El comité **acordó enviar** el informe sobre el proceso de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023.

Material de referencia:

1. [Informe de proceso de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.](#)

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

**Informe del proceso de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.
28 de enero de 2023**

Patrick C., coordinador de Información Pública

A continuación, se presenta el informe completo que describe, paso a paso, el proceso interno realizado por la Oficina de Servicios Generales (OSG), el Despacho de Información Pública (bajo la dirección del Comité de Información Pública de los custodios), para completar la Encuesta de los miembros de AA de 2022, conforme a lo solicitado por la 72.^a Conferencia de Servicios Generales mediante una acción recomendable.

Introducción

La Encuesta de los miembros de AA ofrece una visión de conjunto de una porción limitada de la población total de los grupos activos de AA, registrados en la OSG en su sistema de datos (en la actualidad, NetSuite), basada en un momento determinado.

La última encuesta se realizó en 2014. En aquel momento, los miembros de AA en los Estados Unidos y Canadá participaron en una encuesta aleatoria de los miembros. La OSG viene realizando este tipo de estudios periódicamente desde 1968. Alcohólicos Anónimos realiza esta encuesta para mantener informados a los miembros sobre las tendencias actuales de las características de los mismos. La encuesta también proporciona información sobre AA a la comunidad de profesionales y al público en general como parte del propósito de AA: llevar nuestro mensaje a aquellos que aún padecen alcoholismo.

Desde entonces, la Junta de Servicios Generales (JSG) y la Conferencia de Servicios Generales (CSG) solicitaron a un especialista en metodología de encuestas para realizar un análisis exhaustivo de nuestros procesos de encuesta y comprender cómo realizan las encuestas de miembros otras estructuras similares de servicios generales.

El proceso para la Encuesta de los miembros de AA de 2022 incluyó la implementación de algunas de las recomendaciones clave recibidas de este trabajo para mejorar nuestro proceso. De antemano, sabemos que se pueden hacer más mejoras, y de que se harán, a partir de la evaluación del proceso de encuesta de este año, que se solicitará al término de la encuesta de 2022.

Un número total de grupos activos, por área, se extrajo del sistema NetSuite el domingo

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

24 de julio de 2022. Es importante recordar que solo se trata de los grupos de AA registrados en la OSG. Partiendo de esta población se determina el muestreo aleatorio de los grupos que participarán en la encuesta de cada año.

El resultado de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 obtenido con NetSuite es el siguiente:

- a. Total de grupos regulares con estatus activo (presenciales o híbridos): **56,432**.
- b. Total de grupos en línea con estatus activo (esto es, a distancia, en plataforma digital en línea, por teléfono): **682**. Confirmamos con la metodóloga de la encuesta y decidimos poner a un grupo por área que tenga un grupo con estado activo en línea registrado en la OSG, lo que equivale a 86. (*Véase más adelante el método utilizado*).

Nota: En algunas áreas no aparecía ningún grupo en línea activo en los listados.

El plan del proyecto

1.0 Preparación y reuniones con miembros del personal y la metodóloga de la encuesta

- a. Se examinó el material de referencia para comprender el proceso y las recomendaciones formuladas para completar la Encuesta de los miembros de AA de 2022.
 1. Adenda al informe del 10 de enero de 2022 sobre el cuestionario de la doctora Cooper —proporcionada como antecedente al Comité de Información Pública de los custodios en la reunión de julio de 2022.
 2. Informe final de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 de la doctora Cooper con fecha 28 de julio de 2022.
 3. Informe del grupo de trabajo de 2020 a 2021 sobre la Encuesta de los miembros de AA para el Comité de Información Pública de los custodios.
 4. Informe de 2020: Dra. Alexandra Cooper, Duke University, Social Science Research Institute (Universidad de Duke e Instituto de Investigaciones en Ciencias Sociales).
 5. Informe de 2013: J. Gary (custodio regional del Nordeste), subcomité para la Encuesta de miembros de AA del Comité de Información Pública de los custodios.
 6. Documentos históricos del proceso en el archivo del Despacho de Información Pública.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- b. Se elaboraron varios comunicados que fueron enviados por correo electrónico en los que se aclaraba que los detalles del debate sobre el cuestionario, celebrado en la 72.^a Conferencia de Servicios Generales, le fueron proporcionados a la consultora metodóloga de encuestas para que realizara una evaluación y preparara un cuestionario actualizado para la encuesta de 2022.
- c. Se celebraron dos reuniones de planificación del proyecto con un antiguo miembro del personal de la OSG, quien realizó la Encuesta de los miembros de AA de 2011, y con la consultora metodóloga de la encuesta.
- d. El miembro del personal de IP mantuvo reuniones con los miembros del personal de apoyo de la OSG que participaron en encuestas anteriores para recabar información sobre las enseñanzas derivadas del sistema de muestreo y sobre el método y el tiempo necesarios para llevar a cabo el proceso de elaboración de las encuestas de todos los grupos presentados.
- e. El miembro del personal de IP creó hojas de cálculo para el muestreo de áreas individuales, para revisarlas con la consultora metodóloga de la encuesta, confirmando que el proceso utilizado para seleccionar aleatoriamente a los grupos es correcto. *(Ver la metodología utilizada más adelante en este documento).*
- f. El coordinador de IP habló con el coordinador del Comité de Información Pública de los custodios sobre el método y sobre la necesidad de establecer un posible subcomité para la Encuesta de los miembros de AA que informe sobre los resultados. Se designó un subcomité para que se centrara en la revisión de todos los informes y recomendaciones elaborados en relación con la comunicación de los resultados de la Encuesta de los miembros de AA. Este subcomité está elaborando una recomendación para que el Comité de Información Pública de los custodios considere un nuevo modelo y diseño de formato para informar sobre los resultados de esta encuesta.
- g. Por último, el coordinador de IP elaboró el documento “Plan de Acción: proyecto para la Encuesta de los miembros de AA de 2022”, para que el Comité de Información Pública de los custodios conozca perfectamente el cronograma y el alcance del trabajo que la oficina abordará para completar esta acción recomendable de Información Pública de la Conferencia de 2022.

2.0 Selección aleatoria de los grupos

Método de muestreo aleatorio de los grupos presenciales:

El método de muestreo aleatorio es considerado una forma de recopilación de datos

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

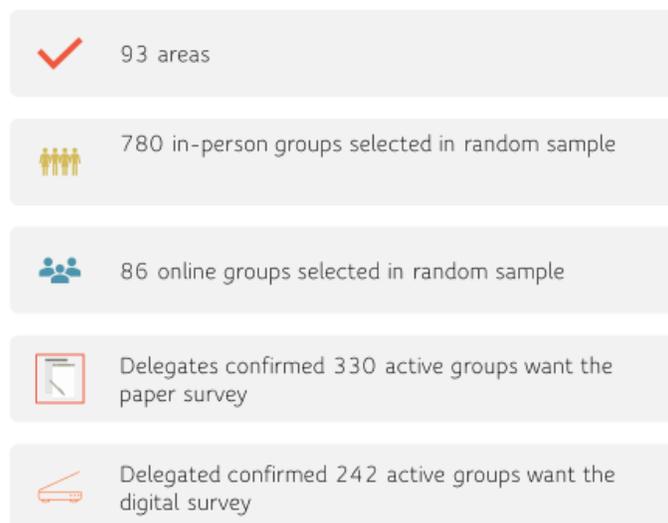
altamente eficaz, eficiente y la mejor práctica para medir una población objetivo.

Este método utiliza una muestra del colectivo que se desea caracterizar para reflejar el conjunto, y el hecho de que los miembros de la muestra sean elegidos al azar, sin sesgos, garantiza que la caracterización será exacta. En concreto, el método de la encuesta utiliza el llamado muestreo probabilístico verdadero, que consiste en seleccionar una muestra aleatoria a partir de la distribución de los padres, lo que significa que cada grupo de AA tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para su inclusión.

Es importante destacar que, según la metodóloga de la encuesta —y los anteriores grupos de trabajo y custodios—, nuestra encuesta “emplea un tamaño de muestra más que adecuado para generar estimaciones que son bastante precisas”.

Utilizamos el muestreo aleatorio y empleamos correctamente las técnicas de estratificación (por áreas) y concentración (por grupos).

2022 A.A. Membership Survey Sample



[Traducción de la infografía]

Muestra de la Encuesta de los Miembros de 2022

93 áreas

450 grupos presenciales seleccionados en la muestra aleatoria

85 grupos en línea seleccionados en la muestra aleatoria

Los delegados confirmaron que 330 grupos activos quieren la encuesta en papel.

Los delegados confirmaron que 242 grupos activos quieren la encuesta digital.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Notas:

Un subconjunto de los 780 grupos de la muestra presencial que no contestaron a una solicitud de confirmación del estatus activo por parte de un delegado al que la OSG envió un documento con las instrucciones para la encuesta en papel fueron 200.

Un subconjunto de los 86 grupos virtuales de la muestra que no contestaron a una solicitud de confirmación de estatus activo por parte de un delegado al que la OSG envió un enlace para la encuesta digital fueron 15.

a. Creación de hojas de cálculo por áreas para reflejar la selección aleatoria de la muestra de la encuesta. (Regular se refiere a los grupos presenciales o híbridos).

El procedimiento seguido parte de nuestro sistema de registros de grupos, NetSuite. Como hemos hecho históricamente, estamos seleccionando únicamente los grupos que tienen el estatus de “activo” en NetSuite.

El cálculo utilizado corresponde a un 1.3 % del total de grupos en estatus "activo" que se extraen de cada una de nuestras 93 áreas. Si el resultado de este cálculo es <1, al objetivo de esa área se le deben asignar 2 grupos con estatus activo (por lo tanto, de ningún área se toman menos de dos grupos activos). (La recomendación fue confirmada con la doctora Cooper en octubre de 2020).

Método de muestreo aleatorio de los grupos virtuales y reuniones en línea:

b. Creación de hojas de cálculo por áreas para reflejar la selección aleatoria de la muestra de la encuesta. (Grupos virtuales).

Concluimos un proceso para obtener una muestra de los grupos virtuales, teniendo en cuenta que algunas áreas no tienen ningún grupo con estatus activo en línea registrado en la OSG, y que algunas áreas solo tienen un grupo virtual con estatus activo registrado en la OSG. Confirmamos nuestro método de muestreo con la doctora Cooper.

Un extracto del documento intitulado “Recomendaciones sobre la estrategia de muestreo para la Encuesta de los miembros de AA de los grupos virtuales (en línea)”.

Al planificar su próxima encuesta de miembros (2022), AA tiene previsto incorporar a su muestra las reuniones virtuales por vez primera. AA está integrada por aproximadamente 54 mil grupos presenciales, repartidos en 93 áreas de los Estados Unidos y Canadá; en el presente, también cuenta con 682 grupos virtuales (en línea) que prestan servicio en esas mismas áreas. Es decir, hay menos grupos virtuales

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

que presenciales: aproximadamente 1.3 grupos virtuales por cada 100 grupos registrados en la OSG. Además, seis áreas no tienen ningún grupo virtual; varias cuentan con un solo grupo virtual; y el mayor número de grupos virtuales que tiene cualquier área es 49.

Como ya se ha descrito en otra parte, para muestrear los grupos presenciales, el protocolo de la encuesta se basa en una muestra estratificada y concentrada del 1.3 % de los grupos por área. Aplicando este enfoque a los resultados de los grupos virtuales en una muestra de un grupo por área, en todas las áreas que tienen grupos virtuales: el 1.3 % de 49 —el mayor número de grupos virtuales en cualquier área— es solo 0.64, que se redondea a 1. Una muestra de este tipo incluiría 87 grupos virtuales (en realidad, participaron 86), uno por área, suponiendo que todas las áreas que registran grupos virtuales tienen al menos un grupo virtual activo.

En general, esta estrategia aporta información sorprendentemente precisa sobre la pertenencia a grupos virtuales. La razón principal, por supuesto, es que 86 grupos de 682 no es, de hecho, el 1.3 %, sino el 13 %. Se trata de una proporción lo suficientemente grande como para realizar estimaciones bastante precisas.

Lo bueno de este enfoque es que sobremuestra los grupos virtuales, lo que permite estudiarlos suficientemente; ya que, si se suprimiera la estratificación por áreas, el 1.3 % de los 86 grupos virtuales censados sin tener en cuenta la estratificación por áreas habría arrojado un tamaño de muestra de unos 10 grupos, lo que resulta insuficiente para obtener buenos datos.

El problema de este enfoque es que realizamos un sobremuestreo de los grupos virtuales. La solución consiste en ponderar a la baja cada grupo virtual con respecto a los grupos presenciales, dado que hay muchos más presenciales en relación con los grupos virtuales, si el objetivo es proporcionar la instantánea global de AA. La gran ventaja del sobremuestreo porcentual es que se obtiene una visión de conjunto fiable; pero el problema es que están sobrerrepresentados, si no se ponderan a la baja los resultados de estos grupos virtuales.

Nota: A la fecha de redacción de este informe, el 28 de enero de 2023, el coordinador de IP en la OSG, en colaboración con expertos, miembros del personal y proveedores de servicios, sigue trabajando en el análisis final y el cálculo de los resultados para preparar los resultados definitivos.

Utilizaremos este mismo enfoque con los grupos virtuales (en línea), lo que dará como resultado una muestra de una reunión por área, en todas las áreas que tengan grupos en línea. Al final, al 24 de julio de 2022, el número total de áreas que tienen una reunión en línea registrada en NetSuite es de 86.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

En NetSuite tenemos el área 95, que, según el coordinador de Servicios a Grupos, es un conjunto heterogéneo de grupos que no forman parte de los grupos que figuran en los registros activos, y que incluyen incluso algunos grupos internacionales. Los mismos están en proceso de revisión por parte de este despacho. Para ello, no tomaremos una muestra de grupos del área 95, sino que nos centraremos en los grupos virtuales activos (concentración) que figuran en las áreas 1 a 93 (estratificación).

3.0 Cálculo de la selección aleatoria de los grupos muestreados, por área, y reselecciones:

Primer paso: El miembro del personal en Información Pública recibió del especialista en sistemas empresariales acceso a una lista de los grupos activos de nuestra base de datos, NetSuite.

Segundo paso: Descargaron una lista de los grupos con estatus activo de cada zona. Los grupos se numeraron del 1 al ____ en función del número de grupos que había en cada área.

Tercer paso: El miembro del personal en Información Pública calculó el 1.3 % del número de grupos de cada zona, redondeando al número entero superior inmediato, para obtener el número total de grupos que se seleccionarían aleatoriamente para realizar la encuesta en cada área.

- Para grupos presenciales: Este procedimiento debería simplificarse al 1.3 % de los grupos que se toman de cada área. Si el resultado de este cálculo es menor o igual a 1, al objetivo de esa área se le debe asignar 2; para que de este modo ningún área cuente con menos de dos grupos. (Recomendación confirmada con la doctora Cooper en octubre de 2020).
- Para grupos virtuales: Cada área con grupos virtuales tuvo un grupo seleccionado.

Cuarto paso: Para seleccionar aleatoriamente cada grupo, el miembro del personal en Información Pública utilizó una función de aleatorización en Excel: =RANDBETWEEN (1, ____)

El espacio en blanco se completa con el número total de grupos con estatus activo del área. A continuación, se pulsa la tecla F9 para fijar el número y que no vuelva a ser aleatorizado. Esta función produce un número como salida. El número se asocia a un grupo en la lista de grupos del área. Esta operación se repitió para las 93 áreas.

Quinto paso: Se contactó a cada delegado o delegada con una lista de los grupos con

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

estatus activo incluidos en la muestra para verificar si realmente lo estaban. Si no lo estaban, volvíamos a utilizar la función de aleatorización para encontrar más números y, por lo tanto, volver a seleccionar un nuevo grupo.

4.0 Primer comunicado dirigido a los delegados y delegadas acerca de los grupos incluidos en la muestra aleatoria:

Les hicimos saber que el éxito del proceso de la encuesta depende de la cooperación de los miembros de AA de todo Estados Unidos y Canadá.

Los delegados encargados de la recopilación de datos desempeñan un papel fundamental como punto de distribución y recolección de los cuestionarios de la encuesta para los grupos de AA de cada área seleccionados al azar.

En septiembre de 2022, por correo postal, los delegados y las delegadas recibieron copias de las instrucciones de la encuesta junto con todo el material necesario para su distribución y recolección. Les explicamos la importancia de seguir las instrucciones, ya que los cuestionarios que no se completen exactamente como se describen no serán contabilizados.

Se ofreció a cada grupo de la muestra aleatoria la posibilidad de elegir uno de los dos métodos para participar en la compleción del cuestionario de la encuesta: digital o en papel.

Los delegados realizaron las siguientes tres tareas, y respondieron por correo electrónico al asistente del miembro del personal en Información Pública a publicinfosa@aa.org antes del viernes 26 de agosto de 2022.

1. Para empezar, revise la lista de grupos de área que han sido seleccionados aleatoriamente, para confirmar si están activos.
 - a. En caso de que no estén activos, comuníquese a la OSG lo antes posible, para que podamos seleccionar un nuevo grupo al azar.
 - b. Si están todos activos, le rogamos que igualmente responda y lo confirme a la OSG para que podamos proceder con la encuesta.
2. A continuación, comunique a la OSG si alguno de los grupos de la lista de la muestra es “grupos de AA especializados ^[1]” [también llamados “de interés especial”] y, en tal caso, de qué tipo.^[1]

^[1] Nota: Del folleto “El Grupo de AA ...donde todo empieza”, página 12: “Algunos AA se reúnen como grupos especializados: para hombres, mujeres, jóvenes, médicos, homosexuales u otros. Si todos los

3. En tercer lugar, responda confirmando qué formato de cuestionario de encuesta completará cada grupo. El grupo puede elegir únicamente UN método para que lo completen todos los participantes.
 - a. En caso de que todos los miembros del grupo deseen completar una encuesta digital.
 - i. Proporcionaremos un enlace digital único a cada grupo durante un período determinado.
 - b. En caso de que todos los miembros del grupo deseen completar una encuesta impresa.
 - i. Se distribuirán copias impresas del cuestionario de la encuesta.

Este proceso de validación inicial debía efectuarse entre el 12 y el 19 de agosto. Después de haber considerado los comentarios de los delegados, y por el hecho de que queremos que la encuesta tenga éxito, hemos vuelto a analizar el plazo inicial de respuesta y lo hemos ampliado hasta el viernes 26 de agosto de 2022.

En septiembre de 2022, por correo postal, los delegados y las delegadas recibieron copias de las instrucciones de la encuesta junto con todo el material necesario para su distribución y recolección. Les explicamos la importancia de seguir las instrucciones, ya que los cuestionarios que no se completen exactamente como se describen no serán contabilizados.

5.0 Nuestro sistema de registro de grupos es NetSuite:

Nos enteramos de que hay muchos contactos principales de grupos o representantes de servicios generales que no están actualizados, lo que dificulta la capacidad de los delegados para realizar la validación del estatus del grupo.

Todavía queda trabajo por hacer entre nuestros servidores locales para mejorar estos datos. Será necesario un esfuerzo conjunto de los miembros de nuestra estructura de servicios generales.

Algunos delegados y delegadas proporcionaron actualizaciones para el registro de grupos, y la OSG está estudiando la posibilidad de realizar estos cambios una vez finalizado el proceso de la Encuesta de los miembros de AA de 2022. Antes de efectuar

miembros son alcohólicos, y si mantienen la puerta abierta para todo alcohólico que busque ayuda, sea cual sea su profesión, sexo, edad, etc., y si cumplen con los demás detalles que definen un grupo de AA, pueden llamarse un grupo”.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

cualquier actualización, solicitaremos el visto bueno de los delegados y registradores de área para seguir adelante y realizar los cambios que hemos recibido.

6.0 Selección del proveedor de tabulación: proceso de solicitud de propuestas y contrato:

El coordinador de IP elaboró una breve lista de proveedores de tabuladores para solicitar presupuestos sobre el trabajo a realizar para proporcionar los resultados finales de clasificación y análisis de la Encuesta de los miembros de AA de 2022. Se celebraron reuniones con cada proveedor; se hizo una selección y se firmaron contratos. El importe de esta partida del proyecto asciende a 14 mil dólares, lo que se ajusta al presupuesto global, que no debe superar los 20 mil dólares.

7.0 Sesión de capacitación sobre el proyecto de la encuesta y las fechas límite:

Una de las recomendaciones para mejorar la recopilación de los datos fue que ofreciéramos a los delegados una capacitación en video que complementara las instrucciones detalladas por escrito.

En lugar de crear un video, hemos optado por realizar sesiones en DIRECTO para los delegados.

- Sesión n.º 1: 12 de septiembre de 2022, de 5:00 p.m. a 6:00 p.m.
- Sesión n.º 2: 13 de septiembre de 2022, de 6:00 p.m. a 7:00 p.m., con interpretación en francés.

Se grabó una de las sesiones, y se dispone de un archivo de audio y video para su utilización a futuro.

8.0 Terminar las versiones del cuestionario y el proceso de edición para la revisión de la encuesta:

El coordinador de IP cumplió con la acción recomendable de la 72.^a Conferencia de Servicios Generales respecto a que el cuestionario de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 recibiera una revisión editorial final por parte del Comité de Información Pública de los custodios, tras consultar con nuestra metodóloga profesional de encuestas, para abordar las inquietudes planteadas en relación con las preguntas sobre el origen racial y étnico, y la situación laboral, contenidas en la encuesta.

El modelo de la encuesta impresa creado por el Departamento de Publicaciones se ha traducido a los tres idiomas de la Conferencia.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

La compra de un plan Survey Monkey Advantage Annual por 418.08 dólares permitió crear el método de enlace digital de encuestas para responder y enviar las encuestas a los miembros.

La suscripción anual se cancelará, según sea necesario, para evitar la renovación automática.

9.0 Envío de paquetes con las encuestas impresas a partir del 9 de septiembre de 2022 y enlaces digitales por correo electrónico:

La OSG envió por correo todos los paquetes de la encuesta impresa con instrucciones, y cuarenta ejemplares del cuestionario de la Encuesta de los miembros de AA 2022 a cada uno de los delegados y delegadas de área de los Estados Unidos y Canadá.

La OSG envió por correo electrónico todos los enlaces de la encuesta digital, a cada grupo incluido en la muestra, a los delegados de cada área que tuvieran grupos que hubieran seleccionado este método para responder y enviar el cuestionario de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

10.0 Período de recopilación de datos: del 19 de septiembre al 24 de octubre de 2022 (plazo ampliado):

Los delegados finalizaron la recolección de los datos dentro del período previsto, con una prórroga para la fecha límite.

11.0 Proceso de edición de encuestas para confirmar su calificación o descalificación:

Todas las encuestas impresas recibidas en la OSG deben someterse a un proceso de edición para determinar si cumplen los requisitos.

CLASIFICACIÓN DE LAS ENCUESTAS DESCALIFICADAS:

- **PRIMERA CAUSA DE DESCALIFICACIÓN:**
 - Cualquier encuesta completada después del período para su recepción: del 19 de septiembre al 24 de octubre de 2002.
- **SEGUNDA CAUSA DE DESCALIFICACIÓN:**
 - Si las preguntas 2 o 3 no contienen **ninguna respuesta**, la encuesta **NO**

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

ES VÁLIDA para nuestros fines. Se trata de encuestas **NO CALIFICADAS** y no se contabilizarán. Se desecharán y se continuará editando el resto de los cuestionarios del paquete.

• **TERCERA CAUSA DE DESCALIFICACIÓN:**

- Si las preguntas 14, 15 y 17 **EN CONJUNTO** no contienen ninguna respuesta, la encuesta **NO ES VÁLIDA** para nuestros fines. Se trata de encuestas **DESCALIFICADAS** y no se contabilizarán. Se desecharán y se continuará editando el resto de los cuestionarios del paquete.
- La razón es que no podríamos clasificar las respuestas a estas encuestas en función de la edad, el género o el origen racial o étnico de los miembros. Esto es esencial para comprender la población actual de AA para esta encuesta de 2022.
- **Si se responde a una o dos de estas tres preguntas, la encuesta debe contabilizarse.**
- Téngase en cuenta que pueden dejarse en blanco todas las demás preguntas, excepto la 2, la 3 y EL GRUPO COMPRENDIDO ENTRE la 14, la 15 y la 17. Estas preguntas se contemplan en las directrices de edición que figuran a continuación.

12.0 Período de tabulación de datos: del 24 de octubre al 20 de noviembre de 2022:

Se espera que el proveedor de tabulación finalice el análisis, la clasificación y el suministro de resultados al final de este período.

Tareas adicionales: Al 24 de enero de 2023, se ha informado a la empresa de tabulación de que es muy probable que sea necesario realizar algún cálculo adicional de los resultados, en función de la revisión y las necesidades que se deriven del análisis de los resultados de la encuesta. Esto se debe principalmente a la ponderación a la baja sugerida por la metodóloga de la encuesta para los resultados de los grupos virtuales (en línea).

13.0 Subcomité sobre el formato para la presentación informes acerca de los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022:

El subcomité sobre el formato para la presentación de informes acerca de los resultados de la Encuesta de los miembros de 2022 ha revisado todos los informes de los metodólogos y del comité de custodios, así como las sugerencias elaboradas en relación con la mejora de la presentación de informes sobre los resultados de la encuesta de los miembros.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El subcomité presentará una recomendación al pleno del Comité de Información Pública de los custodios que incluirá los nuevos modelos y formatos para informar de los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

Una vez que la Conferencia haya estudiado y aprobado una recomendación, se emitirá un comunicado detallado a los Departamentos de Publicaciones y de Servicios de Comunicaciones, para que elaboren las versiones finales del paquete de informe de resultados. Se tiene previsto elaborar el modelo del paquete de una página web dinámica y el borrador final del folleto, una vez obtenida la aprobación de la Conferencia de 2023.

14.0 Evaluación del proceso de la encuesta (tarea pendiente):

Al 28 de enero de 2023, se han recibido varios correos electrónicos cartas dirigidos al Despacho de Información Pública, al Comité de Información Pública de los custodios y a la Junta de Servicios Generales en relación con la Encuesta de los miembros de AA de 2022. Los enviaron los delegados y delegadas, e incluso los miembros de los grupos incluidos en la muestra para la encuesta.

Se tiene previsto realizar una encuesta de evaluación sobre el proceso, una vez finalizada la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

Estos correos electrónicos y cartas recibidos se incluirán en este informe de evaluación de la documentación del proceso, de modo que todas las opiniones y comentarios se tengan en cuenta para mejorar el proceso de la Encuesta de los miembros de AA en el futuro.

##

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO P: Evaluar el paquete de resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

Notas de referencia:

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 30 de julio de 2022:

El comité aprobó el cuestionario revisado de la Encuesta de los miembros de AA de 2022, modificado por la metodóloga de encuestas, de acuerdo con la acción recomendable de 2022. El comité revisó y coincidió en que el plan del proyecto para administrar la Encuesta de los miembros de AA de 2022 es exhaustivo y cumplirá el objetivo de producir resultados eficaces. El coordinador nombró un subcomité integrado por David S. (coordinador), Kirk H. y Reilly K., para revisar las recomendaciones y desarrollar métodos mejorados para comunicar los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El comité aceptó el informe del subcomité sobre los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 y aprobó las siguientes sugerencias expuestas en el informe del subcomité:

- Elaborar un folleto y una página web dinámica para dar a conocer los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022. El subcomité elaboró una lista detallada de los elementos que se incluirán en ambos modelos de informe, junto con ideas sobre la presentación de cada uno de ellos, que se facilitará a los miembros del equipo creativo de diseño.
- Cada apartado de la encuesta se diseñará y creará de forma que sea un elemento independiente. Que se cree una biblioteca con todos los elementos para que esté a disposición de los miembros de AA, la comunidad profesional, los medios de comunicación y otras personas interesadas.

El comité espera contar con un modelo de la página web y con un borrador del

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

folleto, o un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité evaluó el informe final del subcomité sobre el informe de los resultados finales de la Encuesta de los miembros de AA de 2022. El comité revisó el borrador del folleto de la encuesta y un modelo de la página web dinámica. Se habló sobre el hecho de que se creará y pondrá a disposición de los miembros de AA, la comunidad profesional, los medios y otros interesados, una biblioteca con todas las infografías. El folleto requiere aprobación de la Conferencia. El diseño y desarrollo del sitio web es de responsabilidad del equipo de Servicios de Comunicaciones de la OSG y no requiere aprobación de la Conferencia, pero será presentado al Comité de Información Pública de la Conferencia para su consideración.

El comité acordó remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 el borrador del folleto de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 para su consideración.

Material de referencia:

1. [Informe del subcomité sobre el informe de los resultados finales de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.](#)
 - a. [Recomendaciones incluidas.](#)
2. Borrador final del folleto de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 (solo para los ojos del comité).
3. Simulacro de la página web de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 (solo para los ojos del comité).

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Informe final del Comité de Información Pública de los custodios de 2022–2023

Informe del subcomité sobre el resultado de la Encuesta de los miembros de AA de 2022

28 de enero de 2023

Integrantes del subcomité: David S., coordinador; Kirk H.; Reilly K.; y Patrick C.; secretario.

Colaboradores de la OSG: Departamentos de: Servicios de Comunicaciones, Publicaciones, Operaciones, con el apoyo de otros miembros del personal de la OSG y proveedores, como la empresa de tabulación de encuestas y el apoyo para el diseño del sitio web.

Recomendaciones del subcomité del 28 de enero de 2023:

1. Considerar el concepto expuesto en el modelo para una página web dinámica de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 que será elaborada para dar a conocer los resultados de la encuesta en aa.org.
2. Revisar el borrador final del folleto de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

Introducción: En la reunión de julio de 2022 del Comité de Información Pública de los custodios, el coordinador nombró un subcomité para revisar las recomendaciones y formular métodos mejorados para informar de los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

Alcance: El alcance del comité es:

1. **Debatir sobre el plan para completar la Encuesta de los miembros de AA de 2022:** El comité aprobó el cuestionario revisado de la Encuesta de los miembros de AA de 2022, modificado por la metodóloga de encuestas, de acuerdo con la acción recomendable de 2022. El comité revisó y coincidió en que el plan del proyecto para administrar la Encuesta de los miembros de AA de 2022 es exhaustivo y cumplirá el objetivo de producir resultados eficaces. El coordinador nombró un subcomité integrado por David S. (coordinador), Kirk H. y Reilly K., para revisar las recomendaciones y desarrollar métodos mejorados para comunicar los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

El subcomité se centrará en el alcance de revisar todos los informes y recomendaciones elaborados en relación con la comunicación de los resultados de la Encuesta de los miembros de AA. A continuación, determinará y recomendará al pleno del Comité de Información Pública de los custodios los nuevos criterios para la plantilla y el formato de los informes de resultados.

Material de referencia: El material de referencia que se proporciona para completar este trabajo es el siguiente:

1. Informe final de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 de la doctora Cooper con fecha 10 de enero de 2022.
2. Un extracto del informe de avance de la Encuesta de los miembros de AA de 2021 elaborado por el grupo de trabajo sobre la Encuesta de los miembros de AA de 2020–2021 del Comité de Información Pública de los custodios:

A medida que vayan llegando los resultados, sería prudente considerar las funciones y el público objetivo, incluidos los usos deseados y los no previstos de los resultados de la encuesta. Hay que tener en cuenta que los consumidores potenciales de los resultados de la encuesta son múltiples, por lo que sería prudente hablar de estos públicos y de cómo podríamos comunicarles de forma óptima la mejor información. Quizá sea prudente pedir al Comité de Información Pública de la Conferencia que se encargue de este debate sobre la función de la encuesta y sus destinatarios, para recomendar futuros estudios o acciones. También sería prudente consultar este punto con nuestros custodios profesionales clase A. En relación con dicha discusión:

- a. El folleto menciona que “Alcohólicos Anónimos realiza esta encuesta para mantener informados a los miembros sobre las tendencias actuales de las características de los mismos. La encuesta también proporciona información sobre AA a la comunidad de profesionales y al público en general como parte del propósito de AA: llevar nuestro mensaje a aquellos que aún padecen alcoholismo”.
- b. Téngase en cuenta que una de sus funciones es hacer un inventario para nosotros mismos; para darnos una idea de los segmentos de la población alcohólica que pueden no estar encontrando AA o permaneciendo en ella.
- c. Esto es muy diferente de la función o propósito de informar a nuestra comunidad profesional sobre AA. De hecho, la mayoría de las organizaciones de servicios llevan a cabo un inventario y comunican al público a quién sirven,

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

así como la magnitud de su organización de forma general (por ejemplo, los Boy Scouts, una organización juvenil en los Estados Unidos, en la que participan unos 2.3 millones de jóvenes). Sería conveniente saber qué elementos de información es importante que tengan los profesionales que remiten a la gente a AA. Cabría preguntarse si las tendencias detectadas en la encuesta repercuten realmente de forma negativa en las tendencias de derivación (por ejemplo: “No enviaré a mi paciente joven, a mi cliente hispano, etcétera, a AA, porque su grupo no está bien representado”). Los resultados de la encuesta (mediante folletos o exhibidores de sobremesa) pueden no ser el mensaje más adecuado para los profesionales.

- d. Mediante un debate exhaustivo, se podría realizar una selección cuidadosa de los datos adecuados para informar a la prensa (mediante su inclusión en cartas o paquetes de prensa), a los profesionales (datos resumidos en la página web, en folletos) y en las comunicaciones internas para informar sobre los esfuerzos de Paso Doce que pueden hacerse.
- e. En consonancia con los mensajes profesionales, cuando presentemos datos dirigidos al exterior, es recomendable utilizar un lenguaje estándar que subraye la inclusión, por ejemplo: “AA da la bienvenida a alcohólicos con capacidades distintas, diversas identidades sexuales, razas, etnias, género, religiones, idiomas, comunidades, medios socioeconómicos y edades”.

Informe del subcomité al Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

La primera fase del trabajo se completó con la recomendación de entregar un paquete de información de resultados en la reunión de octubre de 2022 del Comité de Información Pública de los custodios.

Después de la reunión de la Junta en octubre de 2022, se siguió trabajando en lo siguiente:

- Elaborar un folleto y una página web dinámica para dar a conocer los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022. El subcomité elaboró una lista detallada de los elementos que se incluirán en ambos modelos de informe, junto con ideas sobre la presentación de cada uno de ellos, que se facilitará a los miembros del equipo creativo de diseño.
- Cada apartado de la encuesta se diseñará y creará de forma que sea un elemento independiente. Que se cree una biblioteca con todos los elementos para que esté

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

a disposición de los miembros de AA, la comunidad profesional, los medios de comunicación y otras personas interesadas.

El comité espera contar con maqueta de la página web y con un borrador del folleto, o un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

El nuevo formato para informar sobre los resultados de las encuestas

Históricamente, el proceso para la elaboración de los formatos de informe de resultados de la Encuesta de los miembros de AA, incluye el desarrollo por parte del Departamento de Publicaciones del diseño gráfico y la producción final del folleto de la encuesta y del exhibidor de mesa de la encuesta. El trabajo y los gastos se concentraron entre los empleados que trabajan en nuestro Departamento de Publicaciones.

En la reunión de octubre de 2022, el Comité de Información Pública de los custodios aprobó un cambio en el informe de resultados de la Encuesta de los miembros de AA de este año. Dicho cambio se basó en las mejoras potenciales sugeridas por nuestra metodóloga de encuestas a través de su revisión e informe sobre los aspectos positivos y negativos relativos a nuestro método actual de comunicación de resultados.

Una primera meta es que el folleto se convierta en la herramienta de impulso inicial que lleve a la gente, mediante el uso de un código QR en el folleto, a la nueva página web para obtener los resultados completos de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

Una segunda meta es crear el prototipo para una página web dinámica que incorpore cada uno de los elementos infográficos de los resultados de la encuesta. La página web contará con una función para que los miembros locales descarguen cada una de las infografías para uso de los comités locales de Información Pública y Cooperación con la Comunidad Profesional conforme a sus necesidades.

El subcomité y el secretario miembro del personal determinaron que, para cumplir estas metas, era necesario adecuar el formato en lo que respecta a la elaboración de las infografías, diseñadas para comunicar los resultados de forma eficaz.

El subcomité buscaba una mayor eficacia mediante el diseño de una experiencia de usuario única e integrada que permitiera tener el mismo aspecto y funcionalidad en todas partes. Las infografías se crearon una vez y se utilizaron de múltiples maneras. Aparecerán en:

1. un folleto;
2. la página web, y,

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

3. serán utilizadas por la Comunidad para sus labores de servicio en el ámbito de sus propias comunidades; se ha procurado la mayor eficiencia.

Nuestro gerente general aprobó un gasto nuevo, respaldado por el director de Finanzas, para aplicarlo dentro de la parte que no se utilizó del presupuesto del Comité de Información Pública de los custodios para 2022. Al subcomité se le ocurrió que los informes físicos y virtuales de resultados debían integrarse como un paquete de información.

Asignación de gastos de los informes de resultados:

El jueves 10 de noviembre de 2022, el secretario miembro del personal se reunió con el director financiero en la OSG. El presupuesto del Comité de Información Pública de los custodios para 2022 tendrá que ajustarse para poder incorporar este nuevo gasto, conforme a la recomendación aprobada por el Comité de Información Pública de los custodios. El presupuesto total previsto para el Comité de Información Pública de los custodios para 2022 no ha sido utilizado.

El secretario miembro del personal informó al Departamento de Servicios de Comunicaciones y al Departamento de Publicaciones de cómo se contabilizarán los gastos relacionados con el material necesario para informar de los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022:

Con la orientación del director financiero, se tomaron las siguientes medidas:

1. Cálculo del costo del diseño necesario para la infografía. El gasto fue aprobado por el gerente general y el director financiero, y se dio a conocer al Comité de Información Pública de los custodios. El monto total para el diseño fue de \$ 11,025.
 - a. *Nota: En caso de que fuera necesario algún trabajo adicional, podría requerirse un cambio en el pedido, para incluir las mejoras finales exigidas en el análisis, y sería necesario obtener su aprobación.*
2. Las infografías finales se entregarán tanto al Departamento de Publicaciones como al de Servicios de Comunicaciones, para que elaboren el borrador final del folleto y el modelo de la página web.
3. Todos los costos de elaboración y producción del folleto, pendientes de ser aprobados por la Conferencia, se integrarán en los gastos del Departamento de Publicaciones. De ello se informó al director del Departamento de Publicaciones.
4. Todos los costos de desarrollo de la página web dinámica y de toda la

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

funcionalidad necesaria (por ejemplo, infografías descargables) serán contabilizados como gastos del Departamento de Servicios de Comunicaciones. De ello se informó al director del Departamento de Servicios de Comunicaciones.

5. Para este proyecto, habrá que distinguir entre los gastos de 2022 y los posibles gastos futuros en 2023, y realizar los ajustes presupuestarios necesarios, habiendo sido aprobados.
6. El presupuesto de Información Pública distingue entre el gasto presupuestado para completar la Encuesta de los miembros de AA de 2022 misma —según la acción recomendable de 2022— y los gastos diferentes, recién aprobados, para crear los artículos de información de los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Acción del comité efectuada en cumplimiento de su alcance:

A continuación, se detalla lo que está entregándose para trasladarlo al Comité de Información Pública de la Conferencia. Desde agosto de 2022, el subcomité se reunió más de dieciocho veces para completar el trabajo expuesto en su alcance. El subcomité emprendió su labor revisando las recomendaciones de la Encuesta de los miembros de AA de 2022 de la doctora Cooper, de los metodólogos de la encuesta y los informes finales del grupo de trabajo del Comité de Información Pública de los custodios de 2020–2021.

El subcomité elaboró el historial de los resultados, mismo que permite agruparlos en las siguientes categorías principales: una introducción a la encuesta, “¿Qué te trajo aquí?”, “¿Qué te mantiene aquí?” y “¿Quién es miembro?”. Cada una de las infografías de resultados elaboradas individualmente pudo plasmarse en la categoría adecuada para ella.

Al final, y luego de discutirlo y considerarlo detenidamente, se llegó a una conciencia de grupo, aterrizando en un sólido plan para informar sobre los resultados.

La propuesta que se entregará al Comité de Información Pública de los custodios en la reunión de enero de 2023 consiste en un atractivo modelo de la página web dinámica que incluirá todos los resultados de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.

Folleto de la Encuesta de los miembros de AA de 2022:

El subcomité solicitó al Departamento de Publicaciones presupuestos de impresión para dos versiones del folleto, de seis o de ocho paneles. Al final, el subcomité determinó que se necesitaba una versión del folleto de ocho paneles para presentar eficazmente el contenido y las infografías requeridas. La producción se llevará a cabo previa aprobación de la Conferencia.

Estimaciones para la impresión del folleto P-48:

Encuesta de los miembros de AA de 2022–2023 (seis paneles):

Inglés:

20 mil ejemplares por \$ 2,178.35 (\$ 0.11 cada uno)

10 mil ejemplares por \$ 1,308.36 (\$ 0.13 cada uno)

Francés:

4 mil ejemplares por \$ 816.06 (\$ 0.20 cada uno)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Español:

8 mil ejemplares por \$ 1,156.63 (\$ 0.14 cada uno)

Total: \$ 4,151 (20 mil en inglés, francés y español)

Encuesta de los miembros de AA de 2022–2023 (ocho paneles):

Inglés:

20 mil ejemplares por \$ 2,998.44 (\$ 0.15 cada uno)

10 mil ejemplares por \$ 1,746.00 (\$ 0.17 cada uno)

Francés:

4 mil ejemplares por \$ 973.22 (\$ 0.24 cada uno)

Español:

8 mil ejemplares por \$ 1,512.25 (\$ 0.19 cada uno)

Total: \$ 5,483 (20 mil en inglés, francés y español)

Diferencia: \$ 1,332

Ideas para el contenido y los elementos del folleto:

- Actualizar en términos generales todo el folleto.
- Incluir contenido relacionado con el propósito de la encuesta en el folleto, y sobre cómo llegaron los miembros a AA y que cualquiera es bienvenido en AA. Agregar algunas definiciones sucintas de términos específicos de AA, como *grupo base* y *padrino*.
- Añadir breves descripciones sobre algunos de los datos. Por ejemplo, en el caso de los datos del folleto actual, la duración de la sobriedad podría ir precedida de una descripción para que pueda consultarse con mayor facilidad. Decir lo que se quiere sacar en claro. Tanto para personas que se encuentran en AA como para las que están afuera.
- Agregar información más detallada y reciente sobre cómo ponerse en comunicación con AA. Esto vino de los profesionales. Ayudar a las personas a encontrar la reunión más adecuada para ellas. Información actualizada del intergrupo y de la oficina central, y herramientas, como la aplicación Meeting Guide.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

- Considerar la posibilidad de no incluir (o incluir) en el folleto información que refleje que AA no es inclusiva o diversa. Si los datos muestran que los grupos clave están poco representados en AA, ¿cómo podemos compartir esa información y a continuación hablar más sobre la existencia de grupos de reuniones de AA específicas? Presentar adecuadamente los datos referentes a AA como un antiguo programa desarrollado entre personas blancas. ¿Cómo hacemos llegar el mensaje? El comité decidió que era decisivo incluir todos los resultados en el folleto.
- Información textual e historias. ¿Cómo podemos poner en contexto las historias de los miembros o de los profesionales para que los datos cobren VIDA? El comité concluyó que debemos tenerlo en cuenta en la elaboración final de la página web dinámica y no en el folleto.
- Cómo podemos ofrecer el mejor mensaje a los profesionales y a los miembros potenciales de la AA. ¿Qué mensajes queremos enviar? Esto quedará plasmado en el contenido del folleto y de la página web.

Modelo para la página web dinámica:

- El prototipo incluirá las infografías descargables diseñadas para plasmar los resultados de la encuesta.
- Se prevé que la página web incluya también una función para consultar los folletos de la encuesta anteriores, y que resulte fácil de visualizar en dispositivos móviles.
- Este prototipo plasmará la lista completa de los elementos que se desea incluir en la página web. El establecimiento de referencias cruzadas de los materiales de AA es un punto clave para orientar a los miembros, al público en general y a los profesionales, partiendo de los resultados de la encuesta hacia nuestras otras fuentes importantes de información sobre AA.
- El prototipo mostrará el estilo de diseño que utilizaremos.

Actividad final pendiente:

1. Finalizar nuestro trabajo con la metodóloga de la encuesta y la empresa encargada de la tabulación, para determinar cómo realizar la reducción de la puntuación de los grupos en línea o virtuales, debido al sobremuestreo de estos grupos. Como recordatorio, el problema de este enfoque es que realizamos un sobremuestreo de los grupos virtuales. La solución consiste en ponderar a la baja cada grupo virtual con respecto a los grupos presenciales, dado que hay muchos más presenciales en relación con los grupos virtuales, si el objetivo es

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

proporcionar la instantánea global de AA. La gran ventaja del sobremuestreo porcentual es que se obtiene una visión de conjunto fiable; pero el problema es que están sobrerrepresentados en la muestra total, si no se ponderan a la baja los resultados de estos grupos virtuales.

2. Como consecuencia de la primera acción, tendríamos que actualizar los resultados incluidos en la página web y en el folleto al remitir estos elementos al Comité de Información Pública de la Conferencia.

Conclusión: El borrador del folleto se entregará en su formato final de diseño para su producción para que el Comité de Información Pública de la Conferencia lo revise y, posiblemente, lo presente para su aprobación final ante el pleno de la Conferencia de Servicios Generales.

Además, tendremos que detallar claramente los nuevos criterios para la elaboración de informes de resultados que se presentarán, y qué partes requerirán la aprobación de la Conferencia. Concretamente, en tanto que el folleto requiere la aprobación de la Conferencia, el diseño y desarrollo de la página web es competencia de AAWS (del equipo del Departamento de Servicios de Comunicaciones de la OSG). Desde luego, solicitaremos la opinión y las sugerencias del Comité de Información Pública de la Conferencia acerca del prototipo.

##

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO Q: Revisar el contenido y el formato del Kit y Libro de Trabajo de IP.

Notas de referencia:

Los paquetes y libros de trabajo de CCP, Instituciones Correccionales, Información Pública, Tratamiento y Accesibilidades son revisados por el comité de la Conferencia correspondiente en cada Conferencia de Servicios Generales.

Los libros de trabajo y los paquetes son artículos de servicio. Cualesquiera cambios que el comité de la Conferencia sugiera sobre su contenido se proponen en la forma de una consideración del comité, no como una recomendación.

Entre una y otra Conferencia, se pueden recibir ideas de modificación para un libro de trabajo o en el contenido de un paquete. Estas pueden ser revisadas por el comité de los custodios correspondiente y puestas en práctica, o el comité de los custodios puede optar por remitir una idea al comité de la Conferencia para su revisión.

Por lo general, los paquetes de servicio son actualizados cada año en otoño. Debido a los problemas en la cadena de suministro y a la escasez de papel provocados por la pandemia, la aplicación de las actualizaciones se ha retrasado.

De las consideraciones del comité del Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022:

El comité trató el contenido y el formato del Paquete y Libro de Trabajo de IP. El comité destacó la lista del contenido actualizado provista por el secretario miembro del personal y acordó aceptar todos los cambios.

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 29 de octubre de 2022:

El coordinador señaló que podría ser útil que los miembros del Comité de la Conferencia que dispongan de los paquetes (*kits*) y libros de trabajo los revisen durante el período comprendido entre mayo y septiembre de cada año. El secretario miembro del personal está encargándose de actualizar el contenido del paquete de Información Pública para 2022. El comité espera contar con un informe de avance en la reunión de enero de 2023.

Del informe del miembro del personal para el Comité de Información Pública de los

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

custodios del 28 de enero de 2023:

Kit y Libro de Trabajo de Información Pública:

La actualización de 2020/2021 del contenido del kit de IP ha avanzado y actualmente está siendo finalizada por el Departamento de Operaciones de la OSG y Servicios a los Grupos.

Con relación al Libro de Trabajo de IP, el Comité de Información Pública de la Conferencia de 2022 le brindó al coordinador de IP cambios sugeridos al Libro de Trabajo de Información Pública para su consideración el 26 de octubre de 2022. Las sugerencias serán incluidas en el material de referencia para el Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 para que los comités locales puedan ver lo que está contemplado.

Material de referencia:

1. El Libro de Trabajo de Información Pública y las listas de contenido de los paquetes están disponibles para su consulta en los siguientes enlaces:

Libro de Trabajo:

- [Inglés](#)
- [Francés](#)
- [Español](#)

Listas del contenido de los paquetes: *Las revisiones se llevarán a cabo después de la Conferencia.*

- [Inglés](#)
- [Francés](#)
- [Español](#)

2. Kits de Información Pública (únicamente para miembros del Comité de Información Pública de la Conferencia).
3. Cambios sugeridos que se están considerando para el Libro de Trabajo de Información Pública.

[Volver a la agenda](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Quién	Cambios sugeridos para el Libro de trabajo de Información Pública que se están examinando.
Mary	Redacción coherente con las acciones recomendables (por ejemplo, <i>preámbulo</i> , <i>líderes religiosos</i> en lugar de <i>clérigos</i> , etcétera).
Ben	Página 5: “Teniendo siempre presente la importancia del anonimato personal, creemos que podemos realizar este objetivo, haciéndoles saber a los alcohólicos [en inglés, <i>him</i> ; no hay conflicto en español] que aún sufren, y a todo aquel que se interese en su [en inglés, <i>his</i> ; no hay conflicto en español] problema [...]”.
Mary	Página 6: Eliminar “en la guía telefónica”.
Ben	Página 7: “A veces es necesario corregir los malentendidos respecto a si los miembros de AA deben o no deben tender la mano <i>dirigirse</i> a los no AA. Unos pocos comités de IP han informado de que algunos miembros muestran cierta resistencia porque temen que están haciendo ‘promoción’ al informar a los profesionales y al público acerca de AA. [El siguiente fragmento no se encuentra en la versión en español:] Hagan que los miembros lean y se familiaricen con el Libro de trabajo de IP, para que comprendan claramente las formas en que se transmite el mensaje de AA al público, así como las Tradiciones y la experiencia de AA en esta área”.
Ben	Página 8 [en español, en la 9]: (Agregar como inciso número 14) ¿Pódcast? ¿YouTube?
Ben	Página 12: (Agregar como inciso 8) ¿Cuál es la mejor manera de ir bien preparado a una cita o reunión de Información Pública? ¿Elaborando una lista de chequeo?
Mary	Página 12, en el inciso número 3: <i>Líderes espirituales</i> en lugar de <i>clérigos</i> , para ser congruentes en nuestra literatura.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Mary	Página 12, en el inciso número 3: <i>líderes espirituales</i> en lugar de <i>clérigos</i> , para ser congruentes en nuestra literatura.
Ben	Página 15, en el tercer inciso no numerado: “AA es para los creyentes de todas las religiones, así como para los que no profesan ninguna. Es para personas hombres y para mujeres de todas las edades”.
Ben	Página 15, en el sexto inciso no numerado: “A.A. ayuda al miembro a lograr y mantener la sobriedad”. [En español no es necesario realizar ninguna enmienda].
Ben	Página 15, en el séptimo inciso no numerado: “AA puede encontrarse en la mayoría de las ciudades y pueblos. Búsquenos Busque su número <i>en la guía de teléfonos</i> en la web o periódicos locales”. <i>¿No sería mejor que aquí dijera “en la aplicación Meeting Guide” en lugar de “periódicos locales”?</i>
Lauren	Página 15, en el inciso número 4: “Un miembro de AA, que narra su historia de beber y de recuperarse con algún detalle. [En español no es necesario realizar ninguna enmienda, porque <i>su</i> puede referirse indistintamente a él, ella, usted, ustedes, ellos, ellas]. (Al invitar a un orador de AA, se le debe informar que gente no AA asistirá a la reunión).
Mary	Página 15, en el segundo [sic] inciso no numerado: Cambiar “para hombres y mujeres” por “para personas”, para ser congruentes con el preámbulo.
	Página 15, en el séptimo inciso no numerado: Actualizar la redacción referente al directorio telefónico.
	Página 15, en el inciso número 2: Cambiar “un ministro” por “líderes espirituales”, para ser coherentes.
Ben	Página 18: “¿En qué consisten ‘las verdaderas noticias’? Entre las cosas que tienen un verdadero interés periodístico se incluyen información sobre el crecimiento de [a partir de aquí, el texto en inglés varía bastante] AA; <i>acerca de una composición de los miembros plenamente inclusiva; sobre los rangos variables de edad entre nuestros miembros; [...]</i> ”
Ben	Página 41 [sic] [en español e inglés, en la 40]: “Ejemplos de anuncios para periódicos” Insertar en algún lugar en esa sección: “inclusiva para cualquiera que tenga un problema con su forma de beber”.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Ben	Página 42 [en español, en la página 41]: ¿Todavía existen las páginas amarillas [del directorio telefónico]?
Lauren	Es, en definitiva, un método anticuado; pero sí, aún existe. ¿No sería mejor cambiarlo por “listas de números telefónicos” o algo por el estilo?
Ben	Página 43: Añadir información estadística proveniente de la Encuesta de los miembros de AA de 2022.
Lauren	Comprobar si este es realmente un documento orientado hacia fuera de AA o también es para los miembros.
Mary	Página 46, en el inciso número 2: ¿Deberíamos utilizar otros videos?
Ben	Página 46 [sic]: Añadir como inciso número 11 un extracto de <i>Comprendiendo el Anonimato</i> , sobre “El anonimato en la era digital”
Mary	Página 47: El artículo Archivo informativo de AA (SM-24) fue sacado de circulación. Es necesario actualizar la información.
Mary	¿Les parece que tendríamos que incluir la aplicación Meeting Guide en alguna parte?
Lauren	Tiene que traducirse al francés y al español.
Fred	Creo que el problema que hay que abordar, o al menos debatir, es el uso de la palabra <i>borrachos</i> . En el Libro de trabajo de Información Pública se utilizan las palabras que empleaba Bill Wilson. Como ya la he escuchado durante cuarenta y tres años, a mí no me afecta, pero quizá sí a la gente a la que nos dirigimos; por ejemplo, a los consejeros en adicciones, a los oficiales de libertad condicional, a los médicos, etcétera. No les gusta el uso de palabras que pudieran considerar despectivas o degradantes. He trabajado en el campo de las adicciones desde 1984; ahora estoy jubilado. Hasta cierto punto, estas palabras fueron aceptadas en una época, pero ya no es como antes.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Fred

Solamente es una opinión. Es necesario que los presentadores estén preparados y conscientes del tipo de personas a las que se están dirigiendo. No digo que no lo hagamos; solamente es una precaución adicional.

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023

PUNTO R: Considerar una solicitud para implementar una cuenta de Instagram de Alcoholics Anonymous World Services, Inc.

Notas de referencia:

De la reunión del Comité de Información Pública de los custodios del 28 de enero de 2023:

El comité debatió sobre la solicitud de implementar una cuenta de Alcoholics Anonymous World Services, Inc. en Instagram. El comité decidió remitir al Comité de Información Pública de la Conferencia de 2023 la solicitud de crear, implementar y administrar una cuenta oficial de los Alcoholics Anonymous World Services, Inc. en Instagram.

Material de referencia:

1. [Solicitud para la implementación de una cuenta de AAWS, Inc. en Instagram.](#)

[Volver a la agenda](#)

Departamento de Servicios de Comunicaciones

Información Pública
Punto R
Doc. 1

28 de enero de 2023

**Solicitud para crear, implementar y administrar
una cuenta de AAWS, Inc. en Instagram**

El Departamento de Servicios de Comunicaciones, con la asesoría del Despacho de Información Pública, recomienda la creación, implementación y administración de una cuenta oficial de Alcoholics Anonymous World Services, Inc. (AAWS) en Instagram.

Evaluar la solicitud de crear, implementar y administrar una cuenta de Alcoholics Anonymous World Services, Inc. en Instagram.

Propósito

Disponer de un perfil acorde con las Doce Tradiciones y utilizarlo como herramienta para relacionarnos con la comunidad digital y ampliar, así, el alcance de AA entre los miembros y los alcohólicos que aún sufren, mediante la divulgación de información relevante procedente de la Oficina de Servicios Generales (OSG). Ejemplos de ello serían:

- Hacer hincapié en el pódcast de la OSG, con publicaciones programadas para fomentar un mayor conocimiento de los próximos episodios.
- Compartir la información actualizada de la OSG, como calendarios y próximos eventos; es decir, sobre los foros regionales, la Conferencia, etcétera.
- Publicar ofertas especiales de literatura por temporadas.
- Divulgar nuestras notas de prensa, boletines, noticias y otros.

Estrategia

Actualmente, nuestra meta es incorporar el uso del contenido existente aprobado por la Conferencia y el material de servicio que produce la OSG, y, eventualmente, desarrollar nuevos proyectos con imágenes y video, según sea necesario, bajo la orientación de la Conferencia. A medida que vayamos adquiriendo experiencia, empezaremos a solicitar nuevos contenidos específicos para Instagram y seguiremos el ejemplo actual del Grapevine —en lo que respecta al uso de las herramientas necesarias para compartir información y recursos relevantes con los miembros y los alcohólicos que aún sufren—, de una forma visualmente atractiva.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Guías para la comunidad de Instagram

A continuación, se presentan algunos ejemplos de lo que se incluye en las [guías para la comunidad](#).

- Comparta únicamente las fotos y videos que usted haya tomado o tenga derecho a compartir.
- Publique fotos y videos apropiados para un público diverso.
- Favorezca interacciones importantes y genuinas.
- Observe el cumplimiento de las leyes.
- Respete a los demás miembros de la comunidad de Instagram.
- Para mantener nuestro entorno de seguridad, no glorifiquemos la autolesión.
- Sea prudente al publicar noticias de interés informativo.
- Ayude a que la comunidad siga siendo fuerte.

Anonimato y seguridad

- Los lugares accesibles para el público en el Internet, tales como los sitios de redes sociales en los que hay texto, gráficos, audio y video pueden ser considerados una forma de publicación o transmisión. En un sitio web de redes sociales se deben utilizar las mismas precauciones que usamos ante la prensa, la radio y el cine. Esto significa que los AA no se deben identificar como miembros de AA utilizando nombres completos ni fotografías en las que se vean las caras.
- Cuando la OSG utiliza las redes sociales, somos responsables de mantener el anonimato en las publicaciones que creamos. Cuando publicamos o enviamos mensajes de texto, estamos publicando a nivel público. No vulneraremos el anonimato en la cuenta de Instagram.
- Es responsabilidad del usuario de la aplicación utilizar Instagram de forma anónima, ya que no requiere ninguna información de identificación personal más allá de un número de teléfono o una dirección de correo electrónico. Cualquier usuario tiene la opción de que su cuenta sea privada, para lo que se requieren solicitudes personales de acceso al perfil.
- Instagram es una plataforma segura que permite la autenticación de dos factores, notificaciones de actividad de inicio de sesión y varias otras medidas de protección.

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.

Configuración de la privacidad

- Quien administra la cuenta tiene el control sobre quienes pueden ver las publicaciones; sobre quienes pueden comentar, y sobre quienes pueden seguir el perfil. También puede limitar la forma en que los demás interactúan con la cuenta de Instagram.
- Instagram brinda la opción de desactivar los comentarios y ocultar el número de “me gusta” compartidos.

Adquisición de contenidos

- La publicación programada de manera habitual puede ser realizada por el Departamento de Servicios de Comunicaciones, con la ayuda del despacho de Información Pública para la planificación de los contenidos. Conseguir contenidos no será difícil, pues hay muchas oportunidades para utilizar los recursos y destacar los contenidos existentes, como artículos de literatura, boletines, anuncios de servicio público, audios de entrevistas, videos, documentos de los archivos históricos y otros contenidos.

Ejemplo: Reflexiones diarias, calculadora de tiempo en sobriedad, noticias de la OSG, etcétera.

- Instagram cuenta con la opción de añadir más de una imagen o video por publicación. Cada publicación puede presentar el mismo artículo en los tres idiomas: inglés, francés y español.

Contribuciones ajenas

No utilizaremos esta plataforma para solicitar o promover contribuciones de automantenimiento, basadas en la Séptima Tradición.

[Volver a la portada](#)

CONFIDENCIAL: El presente es material de referencia para la Conferencia de Servicios Generales y como tal puede ser un documento confidencial de AA. Su distribución se limita a los miembros de AA. La publicación de este material en un lugar accesible al público, incluyendo partes de la Internet, tales como sitios web disponibles al público, puede violar la confidencialidad del material y el anonimato de los miembros, ya que puede contener nombres completos y direcciones de los mismos.